

**PENGARUH GAYA HIDUP FOMO DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP ETIKA KONSUMSI
ISLAM PADA GENERASI Z
DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S. E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo*



Oleh:

KHAIRUNNIZAH

22 0401 0071

Pembimbing:

Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PALOPO
2026**

**PENGARUH GAYA HIDUP FOMO DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP ETIKA KONSUMSI
ISLAM PADA GENERASI Z
DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S. E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo*



Oleh:

KHAIRUNNIZAH

22 0401 0071

Pembimbing:

Dr. Mujahidin, Lc., M.EI

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PALOPO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairunnizah
Nim : 2204010071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 18 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Khairunnizah

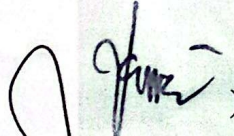


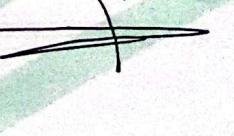
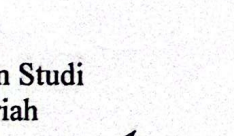
2204010071

HALAMAN PENGESAHAN


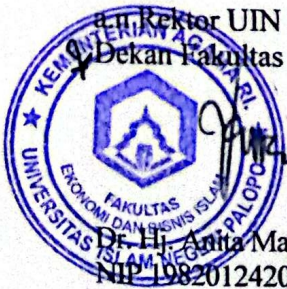
Skripsi berjudul Pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo yang ditulis oleh Khairunnizah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2204010071, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 27 Januari 2026 bertepatan dengan 8 Sya'ban 1447 Hijiriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).



Palopo, 2 Februari 2026

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S. Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I | Penguji I | () |
| 4. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I | Penguji II | () |
| 5. Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I | Pembimbing | () |

Mengetahui:


Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I
NIP 198201242009012006


Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad *Shallallahu alaihi wa sallam*, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Takdir Ishak, M.H., M.KM., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan

berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.

2. Dengan penuh rasa syukur, penulis mendedikasikan ucapan terima kasih terdalam kepada kedua orang tua. Doa yang tiada henti, bimbingan yang tulus, serta pengorbanan yang tidak terhitung menjadi penerang dalam setiap proses perjalanan akademik ini. Kepada saudara dan saudari tercinta, penulis berterima kasih atas semangat, kehangatan, dan pengertian yang senantiasa diberikan. Dukungan mereka bagaikan energi yang menguatkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, beserta Bapak Ilham, S. Ag., sebagai wakil dekan I, Ibu Dr. Alia Lestari, S.Si., M. Si., sebagai Wakil Dekan II dan Bapak Muhammad Ilyasm S. Ag., M.A., sebagai Wakil Dekan III, yang telah memberikan motivasi dan bimbingan dalam rangkaian proses perkuliahan sampai ke tahap penyelesaian studi.
4. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Hardianti Yusuf, S.E. Sy., M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, beserta staf UIN Palopo yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Dr. Mujahidin, Lc. M.E.I. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.

6. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I selaku penguji I dan Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rismayanti, S.E., M.E.I selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberi nasihat, arahan, dan motivasi selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperkuliahan mahasiswa Ekonomi Syariah C angkatan 2022, yang telah menjadi teman seperjuangan selama lebih dari tiga tahun. Kebersamaan, diskusi, kerja kelompok, hingga tawa dan keluh kesah bersama menjadi kenangan yang sangat berarti dalam perjalanan ini. Semoga pertemanan ini tetap terjalin hingga masa depan yang lebih luas.
10. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih kepada para sahabat (Mahdiah Azzahra, Annisa, Eva Lestari Syarif, Mutia Maharani, dan Wanda Astian) yang telah menjadi tempat berbagi ilmu dan informasi, memberi semangat, serta kebersamaan selama perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.
11. Teruntuk rekan-rekan KKN posko 83 Desa To'Pongo atas informasi dan bantuan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini, serta pengalaman yang berkesan selama pelaksanaan KKN.

12. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan , kerja sama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan baik dalam teori, metode, maupun hasil penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis memohon semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca dan menjadi amal kebaikan yang bernilai pahala di sisi Allah SWT. *Aamiin ya Rabbal 'Alamin.*

Palopo, 10 Juni 2025

Khairunnizah

Nim. 2204010071

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es(dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
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	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>Kasrah</i>	i	i
أ	<i>ḍammah</i>	u	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasi berupa gabungan huruf, yaitu:

Nama	Nama	Huruf Latin	Nama
ـآئ	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
ـأو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : Kaifa

هُوْلٌ : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِىَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
اِىَ	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اِوْ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta' marbūṭah

Transliterasi untuk *ta' marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah* ditransliterasikan dengan [t]. Sedangkan *ta' marbūṭah* yang mati atau mendapat *sukūn*, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عُدُوْ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيٌّ : *'Arabī* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsi yah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

أَبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَامُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

سَيِّءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah,

dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarḥ al-Arbaʿīn al-Nawāwī

Risālah fī Riʿāyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah*

Kata ‚Allah‘ yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai muḍāf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

بِاللَّهِ *dīnullāh* دِينُ اللَّهِ *billāh*

Adapun *taʿ marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-Jalālah* ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata

sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fī -Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Tūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maṣlaḥ ah fī al-Tasyrī‘ al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

<p>Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)</p> <p>Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)</p>

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= <i>Subhanahu Wa Ta 'ala</i>
SAW.	= <i>Sallallahu 'Alaihi Wasallam</i>
AS	= <i>'Alaihi Al-Salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...:4	= QS Al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Definisi Operasional Variabel	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
E. Sumber Data Penelitian.....	44
F. Instrument Penelitian	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Uji Instrumen Penelitian.....	45
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian.....	51
B. Pembahasan Penelitian	62
BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Daftar Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Furqan ayat 67	6
Daftar Kutipan Ayat 2 An-Nisa ayat 32.....	18
Daftar Kutipan Ayat 3 Q.S Al-A'raf 7: Ayat 31	31

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 Jumlah Generasi Z di Kota Palopo Tahun 2024	42
Tabel 3. 3 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Uji Validitas	52
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4. 9 Uji Regresi Berganda.....	58
Tabel 4. 10 Uji t	60
Tabel 4. 11 Uji F	61
Tabel 4. 12 Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir.....	37
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian
Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS.....
Lampiran 3 R tabel, T tabel dan F tabel.....
Lampiran 4 Tabulasi Data.....

ABSTRAK

Khairunnizah, 2025. “*Pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mujahidin

Skripsi ini membahas tentang pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup FOMO terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo, literasi keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo, serta pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, yakni metode penentuan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu. Adapun sampel penelitian yang diperoleh dengan menggunakan rumus lemeshow sebanyak 97 responden generasi Z Kota Palopo yang beragama Islam. Data yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup FOMO secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo. Gaya hidup FOMO dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo dengan besar pengaruh sebesar 34,2%.

Kata Kunci: FOMO, Literasi Keuangan, Etika Konsumsi Islam

ABSTRACT

Khairunnizah, 2025. *"The influence of FOMO Lifestyle and Financial Literacy on Islamic Consumption Ethics among Generation Z in Palopo City."*
Thesis of Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Palopo.
Guided by Mujahidin

This thesis discusses the influence of FOMO Lifestyle and Financial Literacy on Islamic Consumption Ethics in Generation Z in Palopo City. This study aims to analyze the influence of FOMO lifestyle on Islamic consumption Ethics in Generation Z in Palopo City, financial literacy on Islamic Consumption Ethics in Generation Z in Palopo City, and the influence of FOMO lifestyle and financial literacy on Islamic Consumption Ethics in Generation Z in Palopo City. The type of research used is quantitative research, with data collection techniques using questionnaires or questionnaires. The sampling technique uses purposive sampling, which is a method of determining samples based on certain criteria. The research sample obtained using the lemeshow formula was 97 respondents of generation Z in Palopo City who are Muslim. The data obtained by distributing the questionnaire through the google form questionnaire. The data analysis technique in this study is multiple regression analysis. The results of this study found that the FOMO lifestyle partially had a negative and significant effect on the ethics of Islamic consumption in Generation Z in Palopo City. Financial literacy partially has a positive and significant effect on the ethics of Islamic consumption in Generation Z in Palopo City. The FOMO lifestyle and financial literacy simultaneously have a significant effect on Islamic consumption ethics in Generation Z in Palopo City with a large influence of 34.2%.

Keywords: *FOMO, Financial Literacy, Islamic Consumption Ethics*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia termasuk pola konsumsi. Beragaman aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara tradisional kini bertransformasi secara bertahap menuju orientasi digital. Masyarakat khususnya generasi Z kini cenderung lebih sering memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial dalam berbagai aktivitas.¹ Berbagai platform media sosial yang digunakan seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp, Facebook, Youtube dan lainnya memudahkan bagi individu untuk terus terkoneksi dengan teman, keluarga maupun orang asing di seluruh dunia. Media sosial tidak terbatas pada komunikasi, melainkan juga berfungsi sebagai wadah promosi, belanja *online* dan pembentukan gaya hidup modern. Sehingga teknologi informasi tersebut menggeser orientasi konsumsi dari sekadar pemenuhan kebutuhan menuju gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren digital.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi tidak lagi berlandaskan pada kebutuhan fungsional, melainkan keinginan untuk mengikuti tren, meningkatkan status sosial maupun mendapatkan pengakuan dilingkungan digital. Ika Octavianie, Nurul Syobah dan Sitti Syahar dalam penelitiannya menguraikan bahwa kemajuan teknologi menciptakan dinamika baru dalam

¹ Yunita Ramadhani, Ratnaningsih Ds, and Anissa El Halidy, "Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 3 (2022): 1–11, <https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.1098>.

konsumsi dan gaya hidup masyarakat menjadi lebih serba cepat, impulsif dan dipengaruhi oleh aspek visual serta arus tren sosial.² Perubahan perilaku yang didorong oleh media sosial membawa tantangan bagi etika khususnya dari pandangan etika konsumsi. Dimana etika konsumsi individu saat ini tidak lagi sesuai dengan syariat Islam. Dalam Islam konsumsi harus dilakukan dengan pertimbangan nilai manfaatnya dan tidak berlebihan. Ajaran Islam memberikan pedoman yang menyeluruh bagi setiap aspek kehidupan manusia secara sempurna. Islam menetapkan hukum dan aturan yang mencakup hubungan antara manusia dengan Tuhannya, dengan sesamanya, dan juga dengan lingkungan alam.³ Dengan menjalankan segala hukum dan ketentuan yang berlaku, manusia dapat mencapai keseimbangan hidup di dunia dan akhirat. Syariat Islam mengatur cara individu memenuhi kebutuhan hidup termasuk aktivitas konsumsi. Perilaku konsumsi harus sesuai dengan etika konsumsi Islam, dimana menekankan pemanfaatan harta dengan bijak, tidak boros dan mengutamakan kebutuhan.

Zaman modern ini, perilaku konsumsi di kalangan generasi Z dilakukan berdasarkan kepuasan pribadi yang cenderung berlebihan dan sia-sia. Hal ini sangat bertolak belakang dengan etika, aturan dan prinsip yang telah dianjurkan dalam ajaran Islam. Generasi Z terbiasa dengan media sosial sehingga mendorong preferensi terhadap solusi yang efisien dan cepat dalam pemenuhan kebutuhan seperti memesan makanan cepat saji dan barang lain secara *online*, termasuk

² Ika Octaviani Zair, Nurul Syobah, and Sitti Syahar Inayah, "Social Change in the Digitalization Era of Indonesian Consumerism on E-Commerce Platforms," *Journal Of Social Science Research* 5, no. 3 (2025): 930–38, <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.18995>.

³ Eka Sakti Habibullah, "Etika Konsumsi Dalam Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 11, no. 1 (2020): 1–14, <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta->.

mengikuti tren mode tanpa mempertimbangkan risiko terkait dengan pembelian tersebut.⁴ Meningkatnya pengguna media sosial menyebabkan kecanduan dan keterikatan yang berlebihan. Dalam banyak kasus, pengguna media sosial merasa harus selalu terhubung dengan dunia maya. Hal ini mengakibatkan rasa takut dan cemas tertinggal dari tren dan informasi terbaru. Fenomena ini dikenal dengan istilah FOMO, dimana individu membandingkan kehidupan mereka dengan orang lain. Akibatnya, mereka merasa perlu untuk mengikuti tren agar dianggap sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu. Hasil temuan Financial Fitness Index (FFI) 2024 menunjukkan bahwa sekitar 80% generasi Z menggunakan Sebagian besar pengeluarannya untuk menyesuaikan gaya hidup dengan lingkungan pertemanan. Hal ini menandakan bahwa potret akan FOMO yang kuat masih terjadi dikalangan generasi muda.⁵ Sehingga perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out* tidak lagi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, melainkan adanya tekanan sosial serta keinginan untuk tampil eksis.

Selain itu, generasi Z juga dihadapkan pada permasalahan rendahnya literasi keuangan yang berdampak pada menurunkan kualitas pengelolaan finansial. Setiap kelompok usia memiliki tingkat literasi yang berbeda, sehingga terlihat adanya variasi pemahaman dan keterampilan dalam masyarakat. Menurut data dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, kelompok usia 26-35 tahun, 36-50 tahun, dan 18-25 tahun mencatat indeks literasi keuangan komposit tertinggi,

⁴ Rio Ramdani, Muhammad Ghifari, and Abil Ash, "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Di Media Sosial Perspektif Hadis," *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Tafsir Hadis* 13, no. 1 (2024): 11–12, <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta->.

⁵ Lao Aily, "Survei FFI Sebut 80% Anak Muda Habiskan Uang Untuk Gaya Hidup," n.d., <https://kumparan.com/beritaanak-surabaya/survei-ffi-sebut-80-anak-muda-habiskan-uang-untuk-gaya-hidup-23gn44rgXLH>, diakses 7 September 2025.

dengan nilai masing-masing sebesar 74,82 persen, 71,72 persen, dan 70,19 persen. Dari hasil survei terlihat generasi Z menunjukkan indeks literasi keuangan yang paling rendah dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.⁶ Meskipun melek teknologi, generasi Z dinilai rentan terhadap masalah keuangan karena literasi keuangannya belum memadai, sehingga mudah terjerat pinjaman online dan cenderung konsumtif.

Sehubungan dengan hasil pengamatan menemukan bahwa beberapa generasi Z di Kota Palopo terdorong untuk mencoba berbagai pengalaman atau aktivitas karena dorongan *Fear of Missing Out*. Fenomena ini terlihat mereka mengikuti tren, misalnya menonton film di bioskop hanya karena sedang ramai dibicarakan, mencoba makanan viral, mendaki gunung, jogging hingga bermain biliard karena aktivitas tersebut populer dikalangan teman sebaya. Hal ini menjadi indikator bahwa perilaku konsumtif masyarakat Kota Palopo khususnya generasi Z semakin dipengaruhi tren. Dengan dominasi penduduk Kota Palopo yang mayoritas beragama Islam, kondisi ini sekaligus menegaskan adanya tantangan dalam penerapan etika konsumsi Islam yaitu menyeimbangkan antara kebutuhan, tren gaya hidup dan prinsip kesederhanaan dalam konsumsi.

Disisi lain, tingkat literasi keuangan generasi Z di Kota Palopo masih menunjukkan keterbatasan sehingga belum mampu mengendalikan dorongan konsumsi impulsif yang muncul akibat pengaruh digital. Hal ini didukung oleh penelitian Verina Elsa pada mahasiswa di Kota Palopo yang menunjukkan bahwa

⁶ OCBC, "Index Literasi Keuangan Gen Z Minim, Benarkah?," Desember 10, 2024, <https://www.ocbc.id/article/2024/12/10/indeks-keuangan-gen-z>, diakses 7 September 2025.

rendahnya kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan menyebabkan seseorang rentan untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan belum menjadi pengendali dalam menghadapi budaya konsumsi digital yang dipengaruhi FOMO.⁷

Generasi Z memiliki tren kebutuhan yang terus meningkat. Mereka menunjukkan perilaku sebagai konsumen kontemporer yang melakukan pembelian tidak terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan juga untuk mencapai kepuasan serta mengekspresikan aspirasi pribadi. Saat ini, aktivitas konsumsi tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan, melainkan juga menjadi sarana untuk mencari pengalaman, sensasi baru, tantangan, dan kesenangan.⁸ Dalam kondisi demikian, literasi keuangan menjadi faktor yang membantu individu keuangannya secara lebih bijak karena pemahaman yang baik mengenai keuangan dapat menjadi penyangga terhadap keputusan konsumsi impulsif. Kurangnya literasi keuangan pada generasi Z tidak hanya memengaruhi gaya hidup mereka, tetapi juga meningkatkan risiko tertipu, terjebak dalam utang, serta mengalami kesulitan dalam mengatur pengeluaran akibat rendahnya kemampuan mengontrol perilaku konsumtif.⁹ Hal tersebut tidak mencerminkan ajaran Islam yang menekankan pemanfaatan harta secara benar dan bermanfaat sesuai dengan Q.S Al-Furqan ayat 67 sebagai berikut:

⁷ Verina Elsa, Rifqa Ayu Dasilah, and Riyanti, "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Resiko Finansial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo," *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 34–7 (2024), <https://doi.org/10.29040/jie.v8i3.14367>.

⁸ Muh. Rasbi et al., "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo" 02, no. 02 (Mei 12, 2024): 17, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

⁹ Muhammad Nur et al., "Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Gaya Hidup? Bukti Empiris Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja," (Agustus 26, 2022), 2–3, <https://doi.org/10.24256/m.v14i2.5498>.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahan :

"Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar,"¹⁰

Ayat ini mengajarkan tentang keseimbangan dalam membelanjakan harta yaitu dengan tidak berlebihan dan tidak kikir, melalinkan di tengah-tengah. Dalam tafsir Ibnu Jarir At-Thabari dalam *Tafsir Jāmi'ul Bayān*, ayat ini dipahami sebagai perintah Allah agar manusia mengelola harta secara seimbang, tidak terjerumus ke dalam *israf* (berlebihan) maupun *iqtar* (kekikiran). *Israf* dimaknai sebagai setiap bentuk pengeluaran yang melampaui batas ketentuan syariat, terutama jika digunakan untuk hal-hal yang diharamkan Allah, sehingga ukuran berlebihan tidak ditentukan oleh besar kecilnya jumlah harta, tetapi oleh kesesuaiannya dengan nilai dan hukum Islam. Sebaliknya, *iqtar* dipahami sebagai sikap menahan harta dari kewajiban yang telah ditetapkan Allah, seperti tidak menafkahi keluarga, tidak membantu fakir miskin, dan tidak menunaikan hak sosial dalam harta. Menurut At-Thabari, kedua sikap ini sama-sama tercela karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam Islam, sehingga seorang mukmin idealnya menempatkan pengelolaan harta pada posisi tengah yang adil, proporsional, dan sesuai dengan tuntunan syariat. Dalam konteks modern, FOMO mendorong individu melakukan konsumsi impulsif berbasis tekanan sosial dan tren, sehingga

¹⁰ "Surah Al-Furqan Ayat 67," Qur'an Kemenag, n.d., <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=1&to=67>.

berpotensi kuat menjerumuskan pada perilaku *israf*. Rendahnya literasi keuangan memperparah kondisi ini karena individu tidak memiliki kemampuan perencanaan dan kontrol finansial yang baik. Sebaliknya, literasi keuangan yang tinggi berfungsi sebagai mekanisme pengendali yang membantu seseorang menerapkan prinsip keseimbangan, sehingga mampu mengelola keuangan secara rasional, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹¹

Dalam kehidupan ini, peran literasi keuangan sangat penting, terutama di era teknologi informasi. Kemampuan seseorang dalam menguasai suatu konsep pengetahuan tentang keuangan melalui akses informasi dan teknologi adalah hal krusial dalam membentuk sumber daya manusia berkualitas. Dengan pemahaman yang baik mengenai indentifikasi dan analisis risiko keuangan membantu individu membuat serta menentukan keputusan finansial secara lebih tepat. Selain itu, dapat meningkatkan kehidupan yang lebih bercukupan melalui literasi keuangan dalam memenuhi hidup di zaman modern.¹²

Dari perspektif Islam, aktivitas konsumsi bukan sekedar proses kegiatan ekonomi, tetapi juga mengandung nilai ibadah dan menuntut adanya tanggung jawab moral. Etika konsumsi Islam menekankan pentingnya prinsip keseimbangan, menjauhi sifat berlebihan (*israf*) serta memastikan setiap harta yang digunakan membawa keberkahan. Untuk itu konsumsi dalam Islam harus berorientasi pada kemaslahatan bukan sekedar memenuhi hawa nafsu.

¹¹ Zainuddin Lubis, "Tafsir Surat Al-Furqan Ayat 67: Bijak Dalam Mengelola Keuangan Keluarga," Januari 30, 2026, <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-furqan-ayat-67-bijak-dalam-mengelola-keuangan-keluarga-5Uwbw.>, diakses 30 Januari 2026.

¹² Achmad Choerudin et al., *Literasi Keuangan*, Cetakan pertama (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), 4.

Penelitian yang dilakukan oleh Putriana membahas bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam. Kemudian, penelitian oleh Zaki Fahrezi dkk membahas perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shoope dengan meneliti pengaruh pendapatan, literasi keuangan serta FOMO. Sebagian besar penelitian yang dilakukan sebelumnya masih terbatas pada perilaku konsumtif tanpa menjadikan etika konsumsi Islam sebagai fokus utama yang seharusnya penting dalam mengkaji perilaku ekonomi umat muslim. Padahal beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa prinsip-prinsip etika konsumsi Islam seperti halal dan *thayyib*, prioritas kebutuhan dan kesederhanaan menjadi pedoman moral penting dalam mengarahkan perilaku ekonomi umat muslim agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif dan menyeimbangkan dimensi material dan spiritual.¹³ Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan di wilayah perkotaan besar dengan lingkup responden mahasiswa secara umum, sehingga belum banyak yang meneliti generasi Z di Kota Palopo dengan konteks sosial dan religiusitas yang berbeda. Oleh sebab itu, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan yang ada dengan meneliti secara mendalam pengaruh gaya hidup FOMO dan literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam, khususnya pada generasi Z Kota Palopo.

Penelitian dilakukan untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana fenomena gaya hidup FOMO dan tingkat literasi keuangan mempengaruhi etika konsumsi Islam di kalangan Generasi Z di Kota Palopo. Di samping itu juga

¹³ Baitul Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (April 28, 2022): 1, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.

berupaya untuk menguji sejauh mana kedua faktor memengaruhi pola konsumsi yang tidak hanya rasional dan bijak, tetapi juga sesuai dengan ajaran Islam. Penelitian ini juga akan memberikan sudut pandang baru dan relevan untuk menjawab tantangan perilaku konsumtif di kalangan generasi Z.

Dari Pemaparan tersebut, peneliti terdorong untuk mengeksplorasi **”Pengaruh Gaya Hidup FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z Di Kota Palopo.”**

B. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada pembahasan diatas maka dirumuskan masalah yang akan diteliti:

1. Apakah gaya hidup FOMO secara parsial berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
2. Apakah literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
3. Apakah gaya hidup FOMO dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup FOMO terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
2. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup FOMO dan literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperdalam dan memperluas wawasan di bidang ekonomi Islam terutama dengan memberikan pemahaman tentang gaya hidup FOMO, literasi keuangan dan etika konsumsi Islam.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan refleksi diri dalam mengendalikan gaya hidup konsumtif akibat FOMO serta meningkatkan literasi keuangan sehingga lebih bijak dalam mengelola harta sesuai prinsip Islam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian ini merujuk pada sejumlah studi yang dianggap memiliki keterkaitan, antara lain:

1. Penelitian Putriana yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup terhadap Etika Konsumsi Islam”. Jenis metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Temuannya menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam. Variabel gaya hidup hanya mampu menjelaskan etika konsumsi Islam sebesar 14,6%, yang menunjukkan bahwa hubungan keduanya tergolong rendah.¹⁴

Kesamaan penelitian ini yaitu membahas pengaruh etika konsumsi Islam. Perbedaannya terletak pada penambahan variabel gaya hidup FOMO.

2. Penelitian Rina Hartati, Elyanti Rosmanidar dan Yuliana Safitri yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi” dengan metode kuantitatif. Temuan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, literasi keuangan dan pengendalian diri tidak ada

¹⁴ Putriana Putriana, “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Etika Konsumsi Islam,” *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 23, no. 2 (December 31, 2023): 190–91, <https://doi.org/10.24014/kutubkhanah.v23i2.25968>.

pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, ketika ketiga variabel tersebut diuji secara bersama-sama, literasi keuangan, gaya hidup, dan pengendalian diri terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.¹⁵

Kesamaan penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan dan gaya hidup sebagai variabel independen. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini menitikberatkan pada gaya hidup FOMO serta tidak memasukkan variabel pengendalian diri.

3. Penelitian Asta Listiana yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Lifestyle*, dan Pendapatan Orang Tua terhadap Pola Konsumsi Islami (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto)” dengan metode kuantitatif. Literasi keuangan serta tingkat pendapatan orang tua secara individual terbukti memberikan kontribusi bernilai positif terhadap pembentukan pola konsumsi yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam, sementara variabel *lifestyle* secara terpisah tidak menunjukkan signifikansi pengaruh terhadap pola konsumsi Islam.¹⁶

Kesamaan penelitian ini terdapat pada penerapan literasi keuangan. Selain itu, menempatkan prinsip etika konsumsi Islam sebagai kerangka normatif utama dalam analisisnya. Adapun perbedaannya berada pada variabel bebas

¹⁵ Rina Hartati, “Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi,” *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 4 (Juli 4, 2023): 135, <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i4.1448>.

¹⁶ Asta Listiana, “Pengaruh Literasi Keuangan, *Lifestyle* Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Pola Konsumsi Islam (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto),” *Skripsi* (2022): 94, <Http://Repository.Uinsaizu.Ac.Id/Id/Eprint/14185>.

lainnya (X2 dan X3).

4. Penelitian Mochamad Zaky Fahrezi, dkk yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Literasi Ekonomi dan FOMO terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam”. Dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil analisis memperlihatkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,184 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai sig. $0,002 < 0,05$. Berbeda dengan itu, pendapatan ($t_{hitung} 0,478$; sig. $0,634$) dan FOMO ($t_{hitung} 0,506$; sig. $0,614$) tidak menunjukkan pengaruh signifikan karena nilai t hitung lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikansi melebihi $0,05$.¹⁷

Kesamaan penelitian ini yaitu membahas terkait FOMO (*Fear of Missing Out*) sebagai variabel independen. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan variabel pendapatan sebagai variabel pertama dan menempatkan perilaku konsumtif sebagai variabel dependennya.

5. Penelitian Riska Syahputri Nasution, Sugianto, dan Budi Dharma yang berjudul “Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah”. Dengan metode penelitian kualitatif eksploratif. Hasil temuan memperlihatkan bahwa ketergantungan pada media sosial berpengaruh terhadap pola penggunaan waktu dan keputusan konsumsi mahasiswa. FOMO mendorong aktivitas online mereka, diperkuat oleh pengaruh

¹⁷ Mochamad Zaky Fahrezi et al., “Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , Dan FOMO Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia* 3, no. 1 (Desember 16, 2025): 130–33, <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jubpi.v3i1.3472>.

selebriti dan influencer terhadap preferensi fesyen. Meski sering merasa cemas saat tidak mengikuti tren, sebagian mahasiswa mulai menyadari dampak negatif FOMO dan berupaya mengutamakan kebutuhan daripada keinginan.¹⁸

Kesamaan penelitian ini terlihat pada fokus kajian FOMO yang dianalisis dalam konteks ajaran Islam. Sementara itu, aspek yang membedakan penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah penggunaan metode kualitatif.

B. Landasan Teori

1. Teori Ekonomi Islam M. Umer Chapra

Menurut M. Umer Chapra, ekonomi syariah merupakan suatu sistem ekonomi yang memiliki tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia (*falah*) secara menyeluruh melalui pengelolaan sumber daya yang adil, seimbang, dan berlandaskan nilai-nilai moral Islam. Oleh sebab itu, ekonomi syariah harus berorientasi pada pencapaian *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam pengertian ini, kebebasan individu tetap diberikan tanpa adanya pembatasan yang berlebihan, namun tetap berada dalam koridor yang tidak menimbulkan ketidakseimbangan makroekonomi dan kerusakan ekologi, serta tidak mengabaikan peran keluarga, solidaritas sosial, dan ikatan moral dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan demikian, ekonomi syariah menurut Chapra merupakan sistem yang

¹⁸ Riska Syahputri Nasution, Sugianto Sugianto, and Budi Dharma, "Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (Juli 31, 2023): 1997–2006, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.6819>.

mengintegrasikan dimensi material dan spiritual agar mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.¹⁹

Menurut Chapra, Islam dipahami sebagai suatu sistem kehidupan yang utuh dan selaras, yang menempatkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan spiritual sebagai landasan utama agar manusia dapat meraih kebahagiaan hidup yang sejati. Konsep ini bertujuan untuk menyelaraskan kedua dimensi tersebut sekaligus mewujudkan keadilan sosial-ekonomi dan memperkuat nilai persaudaraan antarmanusia. Oleh karena itu, pencapaian sistem ekonomi yang berkeadilan mensyaratkan pandangan hidup Islam yang berlandaskan tiga prinsip fundamental, yaitu keesaan Allah (*tauhid*), peran kepemimpinan dan amanah manusia (*khilafah*), dan keadilan (*'adalah*).²⁰

Salah satu pemikiran ekonomi Islam Umer Chapra berkaitan dengan konsep *falah* dan *hayatan thayyibatan*. Artinya, perilaku konsumsi berdasarkan pemikiran Chapra tidak dapat dilepaskan dari pandangan dunia (*worldview*) Islam yang berorientasi pada pencapaian *falah* dan *hayatan thayyibah*. Chapra menegaskan bahwa setiap individu pelaku ekonomi secara sadar maupun tidak sadar selalu dipengaruhi oleh asumsi-asumsi dasar tentang hakikat kehidupan, tujuan hidup manusia, dan relasinya dengan alam serta Tuhan. Pandangan dunia ini berfungsi sebagai fondasi utama yang menentukan arah dan strategi

¹⁹ Ririn Anjani Rangkuti and Muhammad Arif, "Pemikiran Ekonomi Islam M . Umer Chapra Dalam Konteks Era Kontemporer," *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 3 (Januari 2, 2024): 348–50, <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.605>.

²⁰ Sri Dewi Yusuf, "pemikiran Ekonomi Islam M . Umar Chapra," *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* 3, no. 1 (April, 2022): 70–71, <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id>.

dalam aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi. Oleh karena itu, pola konsumsi dalam Islam tidak semata-mata diarahkan untuk pemenuhan kepuasan material, tetapi harus selaras dengan tujuan hidup yang lebih luas, yakni keberhasilan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat (*falah*).

Konsep *ḥayatan ṭayyibah* mencerminkan kualitas hidup yang baik, seimbang, dan bermakna, yang tidak hanya diukur dari tingkat konsumsi atau kemewahan materi, tetapi dari terpenuhinya kebutuhan fisik, spiritual, moral, dan sosial secara proporsional. Dalam konteks ini, konsumsi menurut Chapra harus didasarkan pada prinsip moderasi (*wasathiyah*), menjauhi perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*), serta diarahkan untuk mendukung kemaslahatan individu dan masyarakat. Konsumsi yang etis akan membantu manusia menjalankan perannya sebagai khalifah di bumi, menjaga keseimbangan sumber daya, dan memperkuat nilai keadilan sosial.²¹

Dengan demikian, menurut M. Umer Chapra, konsumsi dalam Islam merupakan sarana untuk mewujudkan *falah* dan *ḥayatan ṭayyibah*, sehingga tidak bersifat netral nilai. Konsumsi harus dilandasi kesadaran moral, pengendalian diri, dan tanggung jawab kepada Allah, sesama manusia, dan lingkungan agar kesejahteraan dunia dan akhirat dapat tercapai.

²¹ Muhammad Iswan Kotta et al., “Analisis Pemikiran Ekonom Islam Pada Masa Kontemporer (Muhammad Nejatullah Siddiqi , Umer Chapra, Syed Nawab Haidar Naqvi” *Hamalatul Qur’an: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Qur’an* 6, no. 2 (Juli 20, 2025): 18–19, <https://doi.org/https://jogoroto.org> Hamalatul.

2. *Fear of Missing Out*/FOMO

a. Pengertian FOMO

FOMO merupakan kependekan dari *Fear of Missing Out* dalam bahasa Indonesia memiliki arti takut ketinggalan atau rasa cemas. Menurut Andrew K. Przybylski dkk, *Fear of Missing Out* adalah muncul kekhawatiran dan rasa cemas yang terjadi pada individu apabila orang lain merasakan suatu peristiwa atau pengalaman berharga di lingkungan sosial, sementara individu tersebut tidak mengalaminya. Salah satu aspek penting dari FOMO terletak pada keinginan individu untuk tetap mengetahui dan menyesuaikan diri dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain.²² Kemudian, Merujuk pada JWT Intelligence *fear of missing out* adalah dorongan kuat untuk berada di dua tempat sekaligus karena takut kehilangan sesuatu yang membuat diri tidak bahagia. FOMO dianggap sebagai *sosial anxiety* atau kecemasan sosial akibat perkembangan teknologi dan media sosial yang semakin mutakhir dalam menampilkan berbagai konten.²³

Dari penjelasan beberapa teori diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa *fear of missing out* adalah timbulnya kecemasan dan kekhawatiran takut tertinggal atau tidak ikut tren di media sosial yang memicu rasa iri atau keinginan untuk ikut-ikutan.

²² Andrew K. Przybylski et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (Juli, 2013): 1841–48, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.

²³ Farra Anisa Rahmania et al., "Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediator of Anxiety on Social Media Fatigue in Early Adulthood," *Jurnal Ilmiah Psikologi* 10, no. 1 (Juni 30, 2023): 85–87, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/psy.v10i1.20956> \.

b. FOMO dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, FOMO tidak semata-mata dipahami sebagai persoalan psikologis modern, melainkan juga sebagai persoalan keimanan dan akhlak yang berkaitan dengan lemahnya pengendalian diri (*nafs*), syukur, dan *qana'ah*. Islam mengajarkan konsep *qana'ah*, yaitu sikap merasa cukup, ridha, dan bersyukur terhadap rezeki yang telah Allah tetapkan.²⁴ *Qana'ah* menekankan ketenangan jiwa dan pengendalian diri agar manusia tidak terjebak dalam perbandingan sosial yang berlebihan. *Qana'ah* diposisikan sebagai nilai fundamental yang menjaga stabilitas emosi dan keseimbangan hidup seorang Muslim. Sebaliknya, FOMO mendorong rasa tidak puas, kecemasan, dan ketergantungan pada pengakuan sosial, sehingga bertentangan dengan nilai *qana'ah* yang menuntut penerimaan dan ketenangan batin.²⁵

Al-Qur'an memberikan pedoman yang komprehensif mengenai psikologi manusia, termasuk perilaku serta solusi dalam menghadapi berbagai permasalahan, seperti cara yang tepat dalam menyikapi fenomena FOMO. Sebagaimana dalam surah An-Nisa ayat 32:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ ۗ لِلرَّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا
اَكْتَسَبُوا ۗ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اَكْتَسَبْنَ ۗ وَسَأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ
شَيْءٍ عَلِيمًا

²⁴ Abidah Bintang and Riska Juliani, "Analisis Perspektif Islam Terhadap Dampak Fomo Pada Kebutuhan Eksistensi Manusia Modern," *Cemara Education and Science* 3, no. 3 (Agustus, 2025): 7, <https://cemarajournal.com/journal/index.php/ces/article/view/164>.

²⁵ Siti Asyiyah Nurhidayati and M. Irfan Riyadi, "Konsep Qanaah Sebagai Media Terapi Fomo Syndrom Menurut Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misb ā H," *At-Tafasir Journal of Qur'anic Studies and Contextual Interpretation* 2, no. 2 (Desember, 2025): 165–80, <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/tafasir/article/view/11405/4188>.

Terjemahan:

"Dan janganlah kamu iri hati terhadap karunia yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. (Karena) bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan, dan bagi perempuan (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sungguh, Allah Maha Mengetahui segala sesuatu."

Dalam Tafsir Al-Misbah yang dikutip dalam penelitian Shinta Savira, dkk menjelaskan bahwa ayat tersebut menegaskan larangan bagi umat Islam untuk menginginkan sesuatu yang telah menjadi milik orang lain. Umat Islam juga diingatkan agar tidak merasa iri atau cemburu terhadap karunia yang Allah anugerahkan kepada sebagian manusia, baik berupa kekayaan, warisan, harta anak yatim, kecerdasan, kedudukan, reputasi, maupun bentuk kelebihan lainnya yang dianggap lebih bernilai atau lebih banyak dibandingkan dengan yang diterima oleh orang lain. Hal ini karena Allah memberikan karunia sesuai dengan ketetapan dan kebijaksanaan-Nya, serta setiap individu, baik laki-laki maupun perempuan, akan memperoleh balasan yang sepadan dengan usaha yang telah dilakukannya.

Dari penafsiran ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa FOMO dapat diatasi dengan menumbuhkan sikap syukur atas nikmat yang telah Allah SWT anugerahkan, serta keyakinan bahwa Allah telah membagikan karunia dan kelebihan kepada setiap hamba-Nya secara adil. Sikap ini perlu diiringi dengan usaha dan doa, karena Allah menjanjikan balasan dan karunia kepada hamba-Nya yang bersungguh-sungguh dalam berikhtiar dan memohon kepada-Nya. Fenomena yang terjadi pada sebagian Generasi Z menunjukkan adanya kecenderungan hanya berharap kepada Allah tanpa disertai usaha dan doa yang

optimal. Dengan mengimplementasikan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari, individu dapat meningkatkan kepercayaan diri serta mengurangi rasa cemas dan kekhawatiran akibat perasaan tertinggal atau tidak mampu menjadi lebih baik dibandingkan orang lain.²⁶

Selain berpedoman pada ayat tersebut, dalam hadis juga diriwayatkan oleh Imam At-Tirmidzi dalam kitab Sunan At-Tirmidzi nomor 1930 yang diartikan sebagai berikut:

سنن الترمذي ١٩٣٠: حَدَّثَنَا أَبُو هِشَامِ الرَّفَاعِيُّ مُحَمَّدُ بْنُ يَزِيدَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ فَضَيْلٍ عَنْ الْوَلِيدِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ جُمَيْعٍ عَنْ أَبِي الطُّفَيْلِ عَنْ حُدَيْفَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَكُونُوا إِمَعَةً تَقُولُونَ إِنَّا أَحْسَنُ النَّاسِ أَحْسَنًا وَإِنَّا ظَلَمْنَا ظَلَمْنَا وَلَكِنْ وَطَنُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّا أَحْسَنُ النَّاسِ أَنْ تُحْسِنُوا وَإِنَّا أَسَاءُوا فَلَا تَظْلِمُوا قَالَ أَبُو عِيْسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ غَرِيبٌ لَا نَعْرِفُهُ إِلَّا مِنْ هَذَا الْوَجْهِ

“Telah menceritakan kepada Abu Hisyam Ar Rifa'i Muhammad bin Yazid, telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Fudlail dari Al Walid bin Abdullah bin Jumai' dari Abu Thufail dari Hudzaifah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Janganlah kamu menjadi orang yang ikut-ikutan dengan mengatakan, 'Kalau orang lain berbuat kebaikan, kami pun akan berbuat baik dan kalau mereka berbuat zalim, kami pun akan berbuat zalim'. Tetapi, teguhkanlah dirimu dengan berprinsip, 'Kalau orang lain berbuat kebaikan, kami berbuat kebaikan pula dan kalau orang lain berbuat kejahatan, kami tidak akan melakukannya." Berkata Abu Isa: Ini merupakan hadits hasan gharib tidak kami ketahui kecuali melalui jalur ini.”

Hadis tersebut menjelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW melarang perilaku ikut-ikutan dalam hal yang bersifat negatif, yang dalam Islam dikenal dengan istilah *Imma'ah*. *Imma'ah* merujuk pada sikap labil yang cenderung mengikuti arus, tren, atau kebiasaan mayoritas tanpa landasan prinsip yang jelas. Sikap ini mencerminkan lemahnya pendirian dan krisis identitas

²⁶ Shinta Shavira et al., “Strategi Spritualitas Qur ’ Ani Untuk Mengatasi FOMO Pada Generasi Z,” *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Islam* 2, no. 2 (Juni 2, 2025): 189–91, <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i2.950>.

seseorang. Perilaku FOMO yang sejalan dengan konsep *Imma'ah* juga dibatasi dalam ajaran Islam, termasuk dalam aspek ibadah, apabila praktik yang diikuti tidak membawa kebaikan serta tidak didasari pemahaman yang benar terhadap esensi dan tujuan ibadah tersebut.²⁷

c. Ciri-ciri *Fear of Missing Out*

Menurut Profesor Andrew K. Przybylski, ada beberapa ciri-ciri yang menunjukkan seseorang mengalami fenomena FOMO diantaranya:

1) Kecenderungan mengecek media sosial

Seseorang akan sering mengecek media sosial untuk mencari tahu tren viral serta kegiatan pengguna lain di platform sosial agar selalu up-to-date.

2) Terus ikut-ikutan dalam sebuah kegiatan

Individu yang menunjukkan gejala *Fear of Missing Out* akan selalu mengikuti dan membagikan berbagai aktivitas yang dilakukannya di media sosial.

3) Mempunyai tempat pertunjukan diri baik secara *online* atau *offline*

FOMO membuat individu menilai media sosial sebagai alat untuk memperoleh pengalaman yang membuat mereka merasa lebih baik secara emosional.

4) Selalu merasa dirinya kurang

FOMO membuat individu merasa dirinya tertinggal atau

²⁷ Ramdani, Ghifari, and Ash, "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Di Media Sosial Perspektif Hadis." *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Tafsir Hadis* 13, 1 (Juni 1, 2024): 11-12, <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta->

tersingkirkan dari dunia nyata akan tetapi memperoleh pengakuan di dunia maya.²⁸

Oleh karena itu, penulis menyimpulkan apabila individu memiliki kecenderungan untuk memeriksa media sosial, terus terlibat dalam kegiatan, memiliki tempat pertunjukkan diri baik secara *online* maupun *offline*, dan sering merasa dirinya kurang maka individu tersebut dapat dianggap mengalami FOMO.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi FOMO

FOMO atau *Fear of Missing Out* semakin terkait dengan media sosial. Menurut Przybylsky (2013), ini sebabkan oleh keinginan orang untuk terus menggunakan media sosial karena kebutuhan dasar psikologinya tidak terpenuhi. Secara psikologis, terdapat tiga kebutuhan fundamental yang dimiliki setiap individu:

1) Kompetensi

Dorongan individu untuk merasakan pengalaman yang mendalam ketika mampu membangun koneksi dan berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya.

2) Otonomi

Dorongan individu akan kebebasan dalam membuat keputusan hidupnya secara mandiri tanpa keterlibatan pihak lain.

²⁸ Mery Susanti, Mori Dianto, and Triyono, "Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Sumatera Barat," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 13341–46, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/8514>.

3) Keterhubungan

Dorongan mendasar individu untuk membangun rasa keterikatan dan membentuk relasi interpersonal dengan individu lain.²⁹

Sehingga apabila ketiga faktor tersebut tinggi, maka tingkat gejala FOMO yang dialami oleh seseorang akan rendah. Jika faktor tersebut tidak terpenuhi, maka tingkat FOMO yang dialami akan tinggi sehingga individu tersebut akan mencoba mencari informasi tentang aktivitas yang sedang tren dilakukan orang lain di media sosial agar ketiga faktor itu terpenuhi.

d. Indikator *Fear of Missing Out*

Teori *Fear of Missing Out* dari Przyblyski yang dikembangkan oleh Joseph Reagle yang mengemukakan bahwa *Fear of Missing Out* bukan semata perihal psikologis, tetapi juga gejala sosial-budaya yang berkaitan dengan perbandingan sosial dan status di era digitalisasi. Menurut Reagle bahwa FOMO tidak hanya berhubungan dengan rasa takut tertinggal, namun juga berhubungan dengan aspek perilaku seperti kebiasaan terus-menerus memeriksa media sosial, dorongan untuk mempublikasikan pengalaman pribadi agar diakui, dan muncul ketidakpuasan ketika melihat pencapaian orang lain.³⁰

Indikator FOMO Przyblyski yang dikembangkan oleh Reagle yang dikutip dalam Diana maula mencakup empat indikator diantaranya:

²⁹ Thabitha Marsya, Angie Petrawati Brigitta, and Penny Handayani, "Hubungan Fear of Missing out Dengan Subjective Well-Being Pengguna Sosial Media Dewasa Awal," *Jambi Medical Journal: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan* 10, no. 2 (Agustus 29, 2021): 321, <https://online-journal.unja.ac.id/kedokteran/article/download/19248/13697/54302>.

³⁰ Joseph Reagle, "Following the Joneses: FOMO and Conspicuous Sociality" 20, no. 10 (2015), <https://doi.org/https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6064>.

- 1) Perbandingan dengan teman atau orang lain, merupakan perasaan negatif yang muncul karena membandingkan diri dengan teman atau orang lain.
- 2) Perasaan ditinggalkan dalam suatu kegiatan atau percakapan, merupakan terjadinya perasaan negatif yang timbul apabila individu tidak berpartisipasi dalam diskusi atau kegiatan.
- 3) Pengalaman yang terlewatkan, adalah terjadinya perasaan negatif yang timbul karena individu tidak mendapatkan peran pada kegiatan atau tidak terlibat dalam sebuah pengalaman tertentu.
- 4) Perilaku kompulsif, merupakan individu selalu memeriksa kegiatan yang dilakukan orang lain secara berulang agar tidak merasa tertinggal pada informasi terbaru.³¹

Dari penjelasan diatas, penulis menjadikan empat indikator tersebut karena merepresentasikan karakteristik *Fear of Missing Out*, yaitu muncul perasaan cemas dan takut tertinggal ketika individu tidak terlibat dalam tren atau aktivitas sosial yang sedang terjadi.

3. Literasi Keuangan

a. Pengertian literasi keuangan

Literasi keuangan membantu individu dalam mengembangkan kemampuan analitis dan pengambilan keputusan yang efektif terhadap berbagai persoalan ekonomi, sehingga dapat mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

³¹ Diana Maula, "Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Tiktok Mahasiswi Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta," *Skripsi* (2024): 47-48, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/81238>.

Menurut Lusardi dan Michell yang dikutip oleh mujahidin dkk, literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan yang berkaitan dengan cara mengelola keuangan secara efektif agar memperoleh kesejahteraan.³² Pemahaman keuangan dapat membantu individu menghindari permasalahan finansial dan meningkatkan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 76/POJK.07/2016, literasi keuangan diartikan sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang berperan dalam membentuk sikap dan perilaku individu memiliki kapasitas dalam memutuskan dan mengatur keuangan demi mewujudkan kesejahteraan. Selain itu, menurut Mason dan Wilson literasi keuangan merujuk pada kompetensi individu dalam memperoleh, mengolah dan menilai informasi keuangan secara kritis yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan risiko yang ada. Dengan literasi keuangan, seseorang akan mempertimbangkan pilihannya tentang cara menggunakan uang. Pemahaman keuangan muncul ketika seseorang mampu memanfaatkan keterampilan dan potensi yang dimilikinya untuk mengoptimalkan sumber daya demi mencapai tujuan tertentu. Kecerdasan dalam hal finansial tidak hanya bergantung pada besarnya penghasilan, akan tetapi pada kemampuan mengelola dan memutar uang agar memberikan manfaat berkelanjutan.³³

³² Mujahidin et al., "Pengabdian Masyarakat Tentang Literasi Keuangan Pada Pegawai Kemenag Kab. Luwu," *Jurnal Budimas* 6, no. 3 (2024): 2, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/15288>.

³³ Asta Listiana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Pola Konsumsi Islam (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto)," *Skripsi* (2022): 11-12, <Http://Repository.Uinsaizu.Ac.Id/Id/Eprint/14185>.

b. Tingkat literasi keuangan

Ada empat kategori pemahaman terhadap literasi keuangan diantaranya:

1) *Well Literate*

Di tingkat ini, individu menguasai informasi dan memiliki pemahaman yang cukup mengenai produk dan layanan keuangan, sekaligus memperlihatkan keyakinan terhadap institusi jasa keuangan. Sehingga tidak hanya sekedar mengetahui produk atau jasa keuangan. Individu dalam kategori ini memiliki keterampilan yang baik dalam memanfaatkan produk keuangan dan mampu mengelolanya sehingga menjadi lebih baik dan makmur.

2) *Sufficient Literate*

Di tingkat ini, individu menunjukkan penguasaan dan keyakinan terhadap institusi keuangan serta produk-produknya, sekaligus memahami dengan baik berbagai risiko, kewajiban, dan potensi keuntungan yang muncul dari penggunaan produk keuangan..

3) *Less Literate*

Di tingkat ini, pemahaman individu terbatas pada pengetahuan dasar tentang produk, jasa, dan institusi keuangan, sementara kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan produk serta jasa keuangan secara efektif masih belum berkembang.

4) *Not Literate*

Di tingkat ini, individu masih kurang dalam hal pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan terhadap produk, jasa, maupun lembaga

keuangan. Dengan demikian, seseorang tidak memiliki kemampuan yang baik untuk mengelola keuangan pribadi secara efektif.³⁴

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

Kapabilitas literasi setiap individu sangat bervariasi. Sehingga pemahaman keuangan individu dipengaruhi bermacam-macam faktor sebagai berikut:

1) Karakteristik demografi

Pendidikan memegang peran penting dalam membentuk literasi keuangan, sehingga individu yang berpendidikan biasanya memiliki penguasaan keuangan yang lebih baik.

2) Latar belakang keluarga

Literasi keuangan individu tidak terlepas dari pengaruh latar belakang keluarga, di mana tingkat pendidikan orang tua berperan sebagai determinan dalam membentuk awasan terkait pengelolaan keuangan.

3) Kekayaan

Individu yang memiliki kekayaan relatif cenderung terdorong untuk meningkatkan pemahaman mereka terkait konsep-konsep keuangan.

4) Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan merupakan komponen utama dalam literasi keuangan seseorang karena berperan dalam mempermudah mereka membandingkan produk dan layanan dari lembaga keuangan, sehingga

³⁴ Choerudin et al., *Literasi Keuangan*, Cetakan pertama (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), 16.

dapat menentukan keputusan keuangan yang rasional dan didasarkan pada ketepatan informasi.

5) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen justru menjadi faktor utama yang membentuk kondisi keuangan seseorang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat belum menunjukkan perilaku yang mendukung ketahanan finansial (*financial resilient*), seperti kebiasaan menabung secara rutin, mempertimbangkan kembali sebelum melakukan pembelian, melunasi tagihan tepat waktu, mencermati masalah keuangan dengan serius, serta memiliki tujuan keuangan jangka panjang.³⁵

d. Indikator literasi keuangan

Lusardi dan Mitchell dari teorinya terkait literasi keuangan dipandang sebagai bentuk investasi dalam modal manusia. Dimana pengetahuan keuangan bukan hanya keterampilan tambahan, tetapi juga aset yang mempengaruhi kesejahteraan dalam jangka panjang. Untuk itu, teori Lusardi dan Mitchell menegaskan bahwa literasi keuangan adalah modal esensial untuk kesejahteraan ekonomi dan stabilitas keuangan masyarakat.³⁶ Berdasarkan hasil risetnya, literasi keuangan diukur dengan empat indikator diantaranya:

³⁵ M. Syafi'i Ma'arif, "Dampak Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2020)," *Skripsi* (2024), <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10737/>.

³⁶ Annamaria Lusardi and Olivia S. Mitchell, "The Economic Importance of Financial Literacy," *Journal of Economic Literature* 52, no. 1 (2013): 8–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.

1) Pengetahuan umum tentang keuangan

Pemahaman mengenai keuangan pribadi mencakup cara mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efektif. Generasi Z yang memiliki pengetahuan finansial cenderung membagi dana berdasarkan prioritas kebutuhan. Misalnya, mereka dapat mengalokasikan 60% untuk kebutuhan harian, 20% untuk tabungan, 10% untuk investasi, dan 10% untuk kegiatan sosial. Selain itu, penting bagi generasi Z untuk mengidentifikasi sumber pendapatan utama yang akan dikelola secara optimal. Pengetahuan ini tidak hanya berfokus pada hal tersebut tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengenali bentuk-bentuk penipuan keuangan seperti investasi bodong, penawaran pinjaman ilegal atau promosi dengan imbal hasil tidak wajar. Perencanaan keuangan jangka panjang juga diperlukan agar mereka mampu mengevaluasi kebutuhan saat ini sekaligus mempersiapkan kebutuhan di masa depan.

2) Pengetahuan mengenai manajemen keuangan

Hal ini berkaitan mengenai cara seseorang membuat anggaran dan memprioritaskan dana untuk memenuhi tujuan untuk mencapai tujuan. Generasi Z harus melakukan hal-hal berikut dalam manajemen keuangan: (a) mencatat seluruh pendapatan, baik dari gaji bulanan maupun penghasilan tambahan. (b) menyisihkan sebagian uang secara rutin untuk ditabung setiap bulan. (c) membagi pengeluaran menjadi tiga jenis, yaitu kebutuhan utama, kebutuhan sekunder dan kebutuhan pelengkap lainnya.

(d) melakukan evaluasi di akhir bulan terhadap seluruh aktivitas keuangan yang telah dilakukan.

3) Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi

Aktivitas menabung dan berinvestasi berperan penting untuk pengelolaan keuangan Generasi Z. Individu dapat mengimplementasikan metode SIP, yang terdiri dari *Saving* (Menabung), *Investing* (Investasi), dan *Protection* (Perlindungan). Ketika telah mendapatkan penghasilan tetap, menabung harus menjadi kebiasaan dan harus dilakukan secara teratur. Selain itu, investasi perlu dilakukan sejak dini sebagai langkah strategis untuk mencapai berbagai tujuan finansial di masa mendatang. Perlindungan terhadap kesehatan dan jiwa juga menjadi aspek penting guna mengantisipasi risiko tidak terduga di masa depan.

4) Pengetahuan mengenai resiko

Keamanan keuangan di masa depan akan dipengaruhi oleh cara menangani risiko. Salah satu upaya dalam menghadapi risiko yaitu dengan memberikan perlindungan melalui asuransi terhadap aset atau risiko lainnya. Untuk itu sangat penting untuk memiliki pengetahuan keuangan agar seseorang dapat menentukan asuransi untuk mengelola risiko dan mencegah timbulnya risiko tambahan.

Dari penjelasan diatas, penulis menjadikan pengetahuan umum tentang keuangan, manajemen keuangan, tabungan dan investasi, dan berkaitan dengan

resiko sebagai indikator dalam penelitian.³⁷

4. Etika konsumsi Islam

a. Pengertian konsumsi Islam

Menurut Imam Al-Ghazali, konsumsi adalah suatu proses menggunakan barang maupun jasa sebagai usaha dalam memenuhi kebutuhan melalui kerja yang wajib di cari berdasarkan etika dalam rangka mencapai kebermanfaatan dunia dan akhirat.³⁸ Sedangkan menurut ‘Amari Muhammad ar-Ruqashah menjelaskan bahwa konsumsi adalah total penggunaan suatu barang baik itu barang yang sifat tidak permanen atau sebagian barang yang bersifat tahan lama dikonsumsi untuk menunjang pemenuhan kebutuhan.³⁹

Menurut Ilfi Nur Diana, konsumsi pada dasarnya ialah pengeluaran untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Namun, kesenangan dan kemewahan tersebut dibolehkan selama dilakukan secara wajar, tidak melampaui batas tubuh yang dibutuhkan, dan tetap sesuai dengan ketentuan makanan yang halal.⁴⁰ Allah Subhanahu Wa Ta’ala dalam Q.S Al-A'raf/7: Ayat 31 Sebagai berikut:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِجَتَكَ مَعَكَ مَسْجِدًا وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

³⁷ Hyunda Alifvian Parawangsa, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Islami, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Santri (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Yanaabi’ul Ulum Warramah Kudus),” *Skripsi*, 2024, 28–30, <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/26107/>.

³⁸ M.E.I. Ikit, S.E. and M.E.I Muhammad Saleh, S.H.I., *Pengantar Ekonomi Islam: Teori Dan Konsep Dalam Aktivitas Ekonomi* (Yogyakarta: Gava media, 2022).

³⁹ Ahmad Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologis, Dan Empiris* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 141.

⁴⁰ Havis Aravik, *Ekonomi Islam: Konsep, Teori Dan Aplikasi Serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam Dari Abu Ubaid Sampai Al- Maududi* (Malang: Empatdua, 2016).

Terjemahan :

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Konsumsi dalam pandangan Islam dipahami sebagai upaya pemanfaatan barang dan jasa guna mencukupi kebutuhan, yang harus tetap berpegang pada prinsip manfaat dan kemaslahatan. Setiap bentuk penggunaan yang berpotensi menimbulkan kerusakan (*mafsadah*) perlu dihindari agar aktivitas konsumsi selaras dengan nilai-nilai syariah.

Islam mengajarkan bahwa pemenuhan kebutuhan tidak semata-mata berorientasi pada kepentingan duniawi, bahkan berkaitan dengan kehidupan akhirat. Artinya, agama Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan prinsip jalan tengah sebagai pedoman. Oleh sebab itu, sebelum melakukan konsumsi, seorang konsumen sebaiknya tidak hanya berfokus pada upaya memaksimalkan kepuasan pribadi, tetapi juga pada cara menyeimbangkan pemenuhan seluruh kebutuhannya.⁴¹

Qardhawi mengemukakan sejumlah aspek moral yang perlu diperhatikan dalam kegiatan konsumsi, diantaranya: memilih barang untuk dikonsumsi berdasarkan kehalalannya, bersikap hemat, tidak berlebihan, menghindari hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran.⁴² Ajaran Islam pada dasarnya menekankan pentingnya menggunakan harta dengan bijak dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Pengeluaran hendaknya tidak melampaui

⁴¹ Aravik, S, H, I., M.Si.

⁴² Muh. Ruslan Abdullah and Fasiha, *Pengantar Islamic Economics: Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam* (Makassar: Lumbung Informasi pendidikan (LIPa), 2012), 75.

pendapatan karena dapat menimbulkan ketekoran, namun juga tidak menekankan pengeluaran terlalu rendah sehingga menimbulkan kepada kebakhilan.

b. Etika konsumsi dalam Islam

Etika Konsumsi Islam adalah suatu prinsip moral dan spiritual yang menjadi pedoman bagi umat muslim dalam membelanjakan harta dan mengonsumsi barang serta jasa, agar seimbang antara kebutuhan dunia dan tanggung jawab akhirat. Prinsip utama dari etika konsumsi Islam meliputi konsumsi yang halal dan thayyib, kesederhanaan, keadilan serta tanggung jawab sosial dan spiritual kepada Allah SWT dan sesama.⁴³

Islam sebagai pedoman hidup yang salah satu mengatur aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi dan konsumsi. Islam memberikan aturan yang jelas dan tegas tentang aktivitas ekonomi khususnya konsumsi. Konsumsi akan bernilai ibadah jika dilakukan dengan etika yang baik.

Etika konsumsi dalam ekonomi Islam di antaranya:

- 1) konsumsi dilakukan tidak berlebihan-lebihan
- 2) mengonsumsi dan menggunakan barang atau jasa yang halal lagi baik dan meninggalkan hal-hal yang haram
- 3) tidak boros dalam mengonsumsi
- 4) tidak pelit dengan sesama baik itu tetangga maupun orang yang membutuhkan
- 5) berbagi dan

⁴³ Hamdi, "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)."

- 6) mensyukuri anugrah yang telah dikaruniakan oleh Allah sehingga kita dapat melakukan konsumsi

Kemudian, tujuan konsumsi secara umum dinilai dari pencapaian tujuan utama dalam kehidupan dan semua bentuk aktivitas manusia. Kebahagiaan seseorang tercermin dari kemampuannya mengonsumsi hal-hal yang diinginkan sesuai dengan selera nafsu, dengan tetap mematuhi apa yang diperbolehkan maupun yang dilarang. Namun, konsumsi dalam syariat Islam memiliki tujuan yaitu sebagai sarana yang membantu dan menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah. Jika mengonsumsi makanan yang halal dan thayyib akan menguatkan terhadap kebenaran. Ketika mengonsumsi suatu barang untuk memperdalam ketaatan dalam beribadah kepada Allah, hal tersebut dinilai sebagai ibadah kepada Allah. Tujuan konsumsi bagi seorang muslim bukan sekedar memperoleh kepuasan semata, melainkan untuk meraih kebahagiaan dunia dan akhirat (*maslahah*). Dalam *maslahah* harus terkandung unsur manfaat dan berkah ($M=F+B$).

Tujuan konsumsi dalam ekonomi Islam diantaranya:

- 1) Agar mendapatkan ridha dan pahala dari Allah SWT
- 2) Untuk mendapatkan keberkahan
- 3) Dapat meningkatkan motivasi dalam beribadah
- 4) Dapat mengurangi nilai guna barang atau jasa
- 5) Sebagai pemenuhan kebutuhan manusia
- 6) Mendukung pemerintah dalam perputaran barang

- 7) Mendukung aktivitas produksi berarti bahwa peningkatan konsumsi akan mendorong peningkatan produksi
- 8) Mewujudkan kerja sama antar sesama masyarakat
- 9) Menumbuhkan kesadaran akan tanggung jawab pribadi dalam menciptakan kesejahteraan bagi diri sendiri, keluarga, serta masyarakat secara luas.⁴⁴

Berdasarkan uraian diatas, disimpulkan bahwa konsumsi dari perspektif Islam tidak sekedar aktivitas pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dianggap sebagai ibadah yang bernilai jika dilakukan sesuai etika dalam Islam. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ridha Allah, keberkahan serta mendukung kesejahteraan individu dan masyarakat.

b. Indikator etika konsumsi Islam

Menurut (Zulni, 2021) dalam penelitiannya, indikator etika konsumsi Islam dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan konsumsi halal merupakan perintah utama oleh Allah SWT. Dalam ajaran Islam memerintahkan setiap umat muslim hanya mengonsumsi makanan yang halal dan menghindari haram.
- 2) Prinsip kesederhanaan atau larangan berlebihan (*israf*) menegaskan bahwa setiap individu dianjurkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman dalam batas yang wajar, karena perilaku konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan risiko bagi kesehatan.

⁴⁴ Ikit, and Muhammad Saleh, *Pengantar Ekonomi Islam: Teori Dan Konsep Dalam Aktivitas Ekonomi* (Yogyakarta: Gava media, 2022), 179.

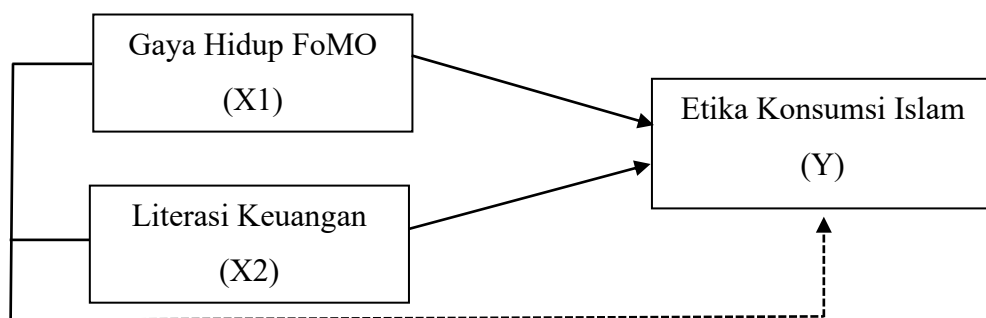
- 3) Memperhatikan kebutuhan bukan keinginan merupakan memperhatikan pada pemenuhan kebutuhan daripada keinginan adalah hal yang penting dan tak terpisahkan. Di tengah masyarakat yang cenderung kapitalis dan konsumtif, membedakan keduanya menjadi tantangan. Namun demikian, individu yang memiliki keimanan kuat dapat mengidentifikasi perbedaan secara jelas antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan (*need*) pada hakikatnya adalah aspek yang harus dipenuhi agar seseorang dapat menjalani kehidupannya secara normal. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka seseorang bisa mengalami kesengsaraan dan tidak mampu hidup layak. Dengan kata lain, kebutuhan adalah sesuatu yang bersifat esensial. Sementara itu, keinginan (*want*) merupakan tambahan yang diharapkan terpenuhi untuk meningkatkan rasa puas. Namun, tingkat kepuasan ini bersifat relatif bagi setiap individu, dan jika keinginan tidak terpenuhi, hal tersebut tidak akan memengaruhi kelayakan hidup seseorang.
- 4) Memperhatikan *maslahah* merupakan aspek penting dalam ekonomi Islam. *Maslahah* sendiri memiliki peran penting dalam syariah Islam, karena menjadi tujuan utama dari penerapan hukum Islam. Secara umum, *maslahah* dimaknai sebagai upaya untuk mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat. Menurut para ahli ushul fiqh, *maslahah* mencakup segala hal yang membawa manfaat, kebaikan serta mampu mencegah kerugian dan kerugian. Dalam ekonomi Islam, konsep *maslahah*

dipahami sebagai pendekatan untuk mengklasifikasikan perilaku konsumen berdasarkan tingkat kebutuhan dan skala prioritas.⁴⁵

Berdasarkan indikator yang dijelaskan diatas, penulis menjadikan konsumsi halal, kesederhanaan, kebutuhan bukan keinginan, dan memperhatikan *masalah* sebagai indikator dalam penelitian karena keempat indikator tersebut mencerminkan nilai-nilai fundamental dalam ajaran Islam terkait perilaku konsumsi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ialah kontruksi konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara teori-teori yang sejalan dengan variabel-variabel utama dalam penelitian. Dengan kerangka pikir tersebut, peneliti memaparkan secara sistematis permasalahan yang menjadi fokus kajian. Kajian ini difokuskan pada pembahasan mengenai “Pengaruh Gaya Hidup Fomo dan Literasi Keuangan terhadap Etika Konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo”. Dengan merujuk pada pemaparan tersebut, pola pikir penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pikir

⁴⁵ Dhiyaul Aulia Zulni, “Pengaruh Etika Konsumsi Islam Dalam Penggunaan Dompet Digital Sebagai Perluasan Model UTAUT,” *Skripsi* (2021): 40-44, <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/30898>.

Berlandaskan kerangka pikir tersebut, dapat digambarkan alur penelitian yang menempatkan gaya hidup FOMO dan literasi keuangan untuk melihat sejauh mana keduanya berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah proposisi sementara yang dirumuskan sebagai jawaban awal atas masalah penelitian, berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan. Berdasarkan penjelasan tersebut serta kerangka pikir yang telah diuraikan, hipotesis penelitian ini dapat diajukan sebagai berikut:

1. H_1 : Gaya hidup FOMO berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
 H_0 : Gaya hidup FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
2. H_2 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
 H_0 : Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam generasi Z di Kota Palopo.
3. H_3 : Gaya hidup FOMO dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.
 H_0 : Gaya hidup FOMO dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi pada generasi Z di Kota Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun penelitian yang akan dilakukan menerapkan jenis pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang mengolah data dalam bentuk numerik dan menganalisisnya dengan metode statistik. Penelitian kuantitatif menitikberatkan pada fenomena-fenomena yang memiliki karakteristik spesifik dalam kehidupan manusia, yang kemudian diidentifikasi sebagai variabel.⁴⁶

Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini akan berfokus pada pengukuran variabel gaya hidup FOMO dan literasi keuangan terhadap yaitu etika konsumsi Islam secara numerik dan menguji hipotesis menggunakan teknik statistik. Sejalan dengan pendapat Sugiyono, penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis, mengukur hubungan antar variabel, serta menghasilkan kesimpulan yang berlaku pada populasi tertentu.⁴⁷ Untuk itu metode ini untuk digunakan untuk mendapatkan jawaban atas rumusan masalah dibuat dan memperoleh hasil yang jelas.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini berada di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun waktu penelitian yang direncanakan dalam melakukan penelitian, yang diperkirakan waktu pengumpulan datanya di bulan Oktober 2025

⁴⁶ V. Wiratna Suwarjeni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021).

⁴⁷ Sugioyo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Edisi Pert (Bandung: ALFABETA, 2022).

s/d November 2025.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah representasi penjabaran variabel melalui pemberian makna yang jelas, penentuan indikator, serta penetapan prosedur yang diperlukan untuk mengukurnya.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Gaya hidup FoMO	Merujuk pada Anderw K. Przybylski, dkk yang dikembangkan oleh reagle, gaya hidup FOMO adalah perasaan takut yang timbul akibat merasa tertinggal karena tidak dapat berpartisipasi dalam suatu aktivitas tertentu.	Indikator gaya hidup FoMO yang dikembangkan oleh Reagle mencakup: 1. Perbandingan dengan teman atau orang lain 2. Perasaan ditinggalkan dalam suatu kegiatan atau percakapan 3. Pengalaman yang terlewatkan 4. Perilaku kompulsif. ⁴⁸
2.	Literasi keuangan	Menurut Lusardi dan Michell (2007) adalah pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan agar memperoleh kesejahteraan.	Indikator literasi keuangan yang dijelaskan oleh Lusardi dan Michell yaitu: 1. Pengetahuan umum tentang keuangan. 2. Pengetahuan mengenai manajemen keuangan

⁴⁸ Maula, "Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Tiktok Mahasiswi Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta." *Skripsi* (2024): 19, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/81238>.

- | | | |
|-------------------------|--|---|
| | | 3. Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi. |
| | | 4. Pengetahuan mengenai risiko. ⁴⁹ |
| 3. Etika konsumsi Islam | Suatu prinsip moral dan spiritual yang menjadi pedoman bagi umat muslim dalam membelanjakan harta dan mengonsumsi barang serta jasa, agar seimbang antara kebutuhan dunia dan tanggung jawab akhirat | Menurut (Zulni,2021) dimensi etika konsumsi Islam dapat dijabarkan sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan konsumsi halal 2. Kesederhanaan/tidak berlebihan (<i>israf</i>) 3. Memperhatikan kebutuhan 4. Memperhatikan <i>maslahah</i>.⁵⁰ |

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, populasi ialah keseluruhan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu dan ditentukan oleh peneliti sebagai objek generalisasi, yang kemudian menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian.⁵¹ Pada penelitian ini, populasinya yaitu seluruh kalangan generasi Z di Kota Palopo yang beragama Islam. Menurut Michael Dimock dalam laporan Pew Research Center, mendefinisikan generasi Z sebagai kelahiran 1997-2012 dimana sebuah fase dengan

⁴⁹ Parawangsa, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Islami, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Santri (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Yanaabi'ul Ulum Warramah Kudus)." *Skripsi* (2024): 28-30, <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/26107/>.

⁵⁰ Aulia Zulni, "Pengaruh Etika Konsumsi Islam Dalam Penggunaan Dompot Digital Sebagai Perluasan Model UTAUT." *Skripsi* (2021): 40-44, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30898>.

⁵¹ Sugioyo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Edisi Pertama (Bansdung: ALFABETA, 2022), 126.

kemajuan sosioekonomi serta percepatan signifikan dalam perkembangan teknologi informasi yang bersama-sama membentuk pengalaman sosial dan budaya generasi tersebut.⁵² Adapun jumlah keseluruhan generasi Z di Kota Palopo yang di dapatkan dari data BPS Kota Palopo yaitu sebanyak 46.556 jiwa.

Tabel 3. 2 Jumlah Generasi Z di Kota Palopo Tahun 2024

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
15-19	8.500	8.075	16.575
20-24	7.870	7.808	15.678
25-29	7.680	7.623	15.303
Total	24.050	23.506	47.556

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palopo, 2025

Sampel merupakan sebagian kecil elemen yang dipilih, dengan tujuan agar temuan yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi keseluruhan unit atau subjek yang menjadi sasaran penelitian. Sampel penelitian dipilih dengan menerapkan teknik purposive sampling yaitu metode di mana peneliti secara sengaja menentukan responden berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mampu mewakili dengan tujuan penelitian. Berikut kriteria sampel yang ditetapkan mencakup:

1. Generasi Z dengan rentang usia sekitar 17-28 tahun
2. Beragama Islam, sesuai dengan fokus penelitian mengenai etika konsumsi

⁵² Dimock Michael, "Defining Generations: Where Millennials End and Post-Millennials Begin," *Pew Research Center*, 2018, 6–9, https://doi.org/https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/?gad_source=1&gad_campaignid=22378837192&gbraid=0AAAAA-ddO9HXzIW2DFNN6Wuns8w2_J1ov&gclid=Cj0KCQiAiKzIBhCOARIsAKpKLAM3eU8FFjVh0QHL191NNzECyF-1BEyOSNAF6hIYcS6OAXcZmqGaV6gaAiarEALw_wcB.

Islam.

3. Tinggal atau menetap di Kota Palopo baik sebagai penduduk maupun pendatang (misalnya mahasiswa, pekerja atau lainnya) yang beraktivitas sehari-hari di Palopo.
4. Aktif menggunakan media sosial, dengan frekuensi penggunaan rata-rata 1 jam atau lebih per hari.
5. Memiliki pengalaman dalam aktivitas konsumsi baik secara online maupun offline.
6. Mengelola atau menggunakan sumber keuangan pribadi (misalnya uang saku, gaji, beasiswa atau hasil usaha).

Dalam mendapatkan hasil perhitungan jumlah populasi menggunakan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan karena peneliti belum memiliki informasi yang jelas mengenai jumlah pasti populasi Generasi Z yang beragama Islam.

$$N = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% (1,96)

P = Maksimal estimasi (0,5)

d = Sampling eror (10%)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 97 responden, yang termasuk kategori generasi Z beragama Islam di Kota Palopo.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan mencakup data primer dan sekunder. Data primer ialah informasi yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarkan kepada generasi Z Muslim di Kota Palopo. Adapun data sekunder didapatkan dari berbagai publikasi yang telah tersedia sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, serta laporan instansi pemerintah seperti BPS Kota Palopo, yang berperan memperkuat hasil penelitian.

F. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merujuk pada suatu perangkat yang dimanfaatkan guna menghimpun data sehingga rangkaian penelitian dapat berlangsung lebih efisien, menghadirkan informasi yang komprehensif, serta lebih mudah ditelaah. Instrumen utama yang dipergunakan dalam kajian ini adalah kuesioner, yakni daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun untuk menggali persepsi, pendapat, dan sikap responden sesuai dengan topik penelitian. Setiap butir kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan 4 poin pilihan diantaranya:⁵³

⁵³ Suwarjeni, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), 76.

Tabel 3. 3 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah atau prosedur guna memperoleh informasi dari responden sesuai dengan fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data Metode ini efektif apabila memahami variabel dan jenis informasi yang diperlukan. Kuesioner penelitian disebarkan kepada generasi Z yang beragama Islam di Kota Palopo menggunakan Google Form.⁵⁴

H. Uji Instrumen Penelitian

Ada dua jenis pengujian kelayakan kuesioner yang dilakukan mencakup:

1. Uji validitas

Pengujian validitas bermaksud untuk menentukan derajat ketepatan suatu alat penelitian dalam menjalankan fungsinya. Validitas mengacu pada seberapa baik suatu instrumen pengukuran mengukur variabel yang ingin diukur. Apabila instrumen tidak valid, maka data yang dihasilkan tidak dapat digunakan karena tidak merefleksikan variabel yang sesungguhnya. Proses

⁵⁴ Sugioyo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Edisi Pertama (Bandung: ALFABETA, 2022), 199.

validitas dilakukan melalui perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Jika signifikansi $< 0,05$ sehingga butir pernyataan dinyatakan valid, namun jika signifikansi $> 0,05$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa alat ukur memiliki tingkat konsistensi dan stabil ketika digunakan berulang kali, sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan (*reliable*). Reliabilitas kuesioner merujuk pada kestabilan respons yang diberikan oleh responden, yang tetap konsisten meskipun diuji pada kondisi maupun waktu yang berbeda. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70, yang berarti bahwa setiap butir pertanyaan dalam variabel tersebut dapat dipercaya keandalannya.⁵⁵

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah serangkaian prasyarat yang harus terpenuhi saat menggunakan analisis regresi guna menjamin bahwa model yang dihasilkan sesuai standar kinerja. Ada tiga jenis asumsi utama yang perlu diuji:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menilai apakah pola penyebaran data penelitian sesuai dengan karakteristik distribusi normal. Suatu variabel

⁵⁵ Fransiscus Xaverius Pudjo Wibowo, *SPSS 25 Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Edisi Pertama (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2025), 110-111.

dinyatakan berdistribusi normal ketika taraf signifikansi $> 0,05$, sedangkan nilai signifikansi $< 0,05$ mencerminkan bahwa variabel tidak berdistribusi normal.⁵⁶

b. Uji multikolinearitas

Pengujian ini dilaksanakan untuk menyakinkan tidak ada korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas (X) karena kondisi tersebut dapat menurunkan tingkat keandalan hasil uji signifikansi. Pengujiannya teridentifikasi dari nilai *tolerance* dan Variance Inflation Factor (VIF). Ketika nilai VIF < 10 dan *tolerance* $> 0,1$, maka dikatakan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas. Sebaliknya, nilai VIF > 10 dan *tolerance* $< 0,1$ menunjukkan adanya masalah multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada seluruh data pengamatan dalam model regresi. Evaluasi teridentifikasi dari nilai signifikansi, ketika nilai signifikansi yaitu α ($\text{sig} > 0,05$), sehingga ditetapkan bahwa model regresi tidak terindikasi masalah heteroskedastisitas. Jika lebih kecil dari nilai tersebut maka mengalami masalah heteroskedastisitas.⁵⁷

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda diterapkan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi etika konsumsi Islami. Tujuan dari metode ini

⁵⁶ V. Wiratna Suwarjeni and Lila Retnani Utami, *The Guide Book of SPSS*, Edisi Pertama (2023: PT Anak Hebat Indonesia, 2023), 150-151.

⁵⁷ Romie Priyastama, *The Book of SPSS: Pengolahan & Analisis Data*, Edisi Pertama (Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia, 2024), 131.

yaitu untuk memproyeksikan korelasi antara variabel independen dan variabel dependen serta menganalisis hipotesis penelitian yang telah ditetapkan. Tingkat kontribusi masing-masing variabel independen dianalisis menggunakan model regresi linier berganda dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Etika konsumsi Islam

β_0 = Konstanta regresi

β_1 = Koefisien regresi X_1

β_2 = Koefisien regresi X_2

X_1 = Gaya hidup FoMO

X_2 = Literasi keuangan

e = Faktor pengganggu

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial

Uji parsial bermaksud untuk menganalisis hipotesis yang berkaitan dengan kontribusi variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Keputusan tersebut bergantung pada signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) serta perbandingan nilai statistik uji. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari α , maka penerimaan H_0 dan penolakan H_1 , yang menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan. Di sisi lain, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga

variabel bebas dinyatakan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji simultan

Uji simultan bermaksud untuk mengevaluasi keseluruhan variabel independen secara serentak apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengambilan keputusan melalui analisis perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%).

- 1) Ketika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel-variabel yang diuji.
- 2) Ketika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak adanya pengaruh antar variabel-variabel yang diuji secara bersamaan.⁵⁸

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Pengujian determinasi ialah parameter statistik yang berfungsi untuk mengevaluasi kapasitas model regresi dalam menjelaskan variasi atau dinamika perubahan pada variabel dependen melalui variabel independen. Nilai R^2 terletak pada kisaran 0 hingga 1 atau dalam persentase antara 0% sampai 100%. Nilai R^2 yang semakin mendekati satu mengindikasikan bahwa model mempunyai kekuatan penjelas yang tinggi, sementara nilai yang mendekati nol menunjukkan peran variabel independen dalam memprediksi variabel dependen

⁵⁸ Wibowo, *SPSS 25 Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Edisi Pertama (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2025), 268.

berada pada kategori rendah. Oleh karena itu, R^2 menggambarkan besaran proporsi keragaman variabel terikat yang dapat dijelaskan variabel bebas.⁵⁹

⁵⁹ Algifari, *Statistika Deskriptif Plus*, Edisi Pertama (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Pencetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2015), 98.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran umum lokasi penelitian

Kota Palopo adalah salah satu wilayah otonomi di Provinsi Sulawesi Selatan yang pada awalnya berstatus sebagai Kota Administratif (Kotip), sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 1986. Namun, Aspirasi Masyarakat untuk memiliki pemerintahan mandiri mendorong peningkatan status Palopo menjadi Kota otonom, yang kemudian resmi disahkan pada tanggal 2 Juli 2002 melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002. Pada awal terbentuknya, Kota Palopo hanya berdiri atas empat kecamatan, namun perkembangan wilayah dan kebutuhan pelayanan publik, pada tahun 2006 wilayah administratifnya dimekarkan menjadi sembilan kecamatan dengan total 48 kelurahan.

Secara geografis, Kota Palopo terletak di antara $2^{\circ}53'15''$ hingga $3^{\circ}04'08''$ Lintang Selatan dan $120^{\circ}03'10''$ – $120^{\circ}14'34''$ Bujur Timur, dengan luas wilayah sekitar 247,52 km². Secara topografis, wilayah Kota Palopo menunjukkan keragaman kondisi fisik, yang membentang dari dataran rendah di kawasan timur hingga wilayah perbukitan di bagian barat. Adapun batas administratif Kota Palopo meliputi Kecamatan Walenrang di sebelah utara, Kecamatan Bua di sebelah selatan, Teluk Bone di sisi timur, serta Kecamatan Tondon Nanggala di Kabupaten Tana Toraja pada bagian barat. Berdasarkan

data resmi, suhu rata-rata wilayah ini berkisar antara 25,5°C hingga 29,7°C dengan karakter iklim tropis lembab dan curah hujan yang bervariasi.

Pemerintah Kota Palopo menetapkan visi pembangunan yang berorientasi pada terwujudnya kota yang maju, inovatif, dan berkelanjutan, yang kemudian dijabarkan melalui beberapa misi strategis, seperti peningkatan kualitas layanan dasar masyarakat, pengembangan infrastruktur dan lingkungan perkotaan, modernisasi tata kelola pemerintahan, penguatan sektor jasa dan kewirausahaan, serta pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal Luwu. Dalam pengembangannya sebagai Smart City, Palopo juga berkomitmen memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung pelayanan publik dan mendorong pembangunan daerah yang adaptif dan berdaya saing. Selain itu, kota ini memiliki berbagai potensi daerah seperti pertanian, perkebunan kakao, peternakan, perikanan, serta peluang pariwisata yang terus dikembangkan.⁶⁰

2. Uji instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Tujuan dari uji ini mengukur ketetapan kuesioner atau alat ukur dan memperoleh data yang akurat sesuai kenyataan, bukan mengukur hal lain.

Tabel 4. 1 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R tabel	Keterangan
Gaya Hidup FOMO (X1)	X1.1	0,653	0,361	Valid
	X1.2	0,791	0,361	Valid
	X1.3	0,620	0,361	Valid

⁶⁰ Palopo Kota, "Kota Palopo," 2025, <https://palopokota.go.id/>, diakses 22 November 2025.

	X1.4	0,131	0,361	Tidak Valid
	X1.5	0,834	0,361	Valid
	X1.6	0,772	0,361	Valid
	X1.7	0,802	0,361	Valid
	X1.8	0,838	0,361	Valid
Literasi Keuangan	X2.1	0,591	0,361	Valid
(X2)	X2.2	0,838	0,361	Valid
	X2.3	0,901	0,361	Valid
	X2.4	0,802	0,361	Valid
	X2.5	0,827	0,361	Valid
	X2.6	0,806	0,361	Valid
	X2.7	0,837	0,361	Valid
	X2.8	0,510	0,361	Valid
Etika Konsumsi Islam	Y1	0,773	0,361	Valid
(Y)	Y2	0,714	0,361	Valid
	Y3	0,637	0,361	Valid
	Y4	0,707	0,361	Valid
	Y5	0,558	0,361	Valid
	Y6	0,583	0,361	Valid
	Y7	0,757	0,361	Valid
	Y8	0,826	0,361	Valid

Sumber: Hasil analisis SPSS 24, 2025

Dari hasil pengujian tersebut bahwa satu dari 24 item pada variabel gaya hidup FOMO tidak valid dengan begitu item tersebut dihilangkan atau dihapus. Sedangkan 23 item lainnya dinyatakan valid dan dapat digunakan. Hal ini terbukti bahwa r_{hitung} tiap item pernyataan variabel lebih besar dari r_{tabel} .

B. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji ini untuk mengevaluasi konsistensi atau keajegan suatu kuesioner dalam menghasilkan data yang serupa apabila pengukuran dilakukan kembali pada waktu atau sampel yang berbeda.

Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Gaya Hidup FOMO (X1)	0,834	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,892	Reliabel
Etika Konsumsi Islam (Y)	0,848	Reliabel

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Output pengujian tersebut mengindikasikan bahwa tiap variabel memenuhi kriteria reliabel, ditandai dengan nilai *cronbach alpha* berada di atas 0,70. Nilai tersebut meliputi 0,834 untuk variabel gaya hidup FOMO dan nilai 0,892 untuk literasi keuangan, serta 0,848 untuk etika konsumsi Islam yang menandakan semuanya memenuhi kriteria reliabilitas.

3. Karakteristik responden

Data penelitian dihimpun melalui metode penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Kota Palopo. Adapun karakteristik dari objek penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
Laki-Laki	34	27,2%
Perempuan	91	72,8%
Total	125	100%

Sumber: data dianalisis, 2025

Ditinjau dari aspek jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 91 orang dengan persentase 72,8%, sementara responden laki-laki berjumlah 34 orang dengan persentase sebesar 27,2%.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Prenstase (%)
17-20	90	72%
21-24	32	25,6%
25-28	3	2,4%
Total	125	100%

Sumber: data dianalisis, 2025

Kemudian, pada tabel responden menurut usia mayoritas responden berada pada rentang usia 17-20 tahun berjumlah 90 orang atau 72%. Sementara itu, responden berusia 21-24 sebanyak 32 orang atau 25,6% dan responden berusia 25-28 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 2,4%.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
SMA/Sederajat	89	71,2%
S1/D3/D4	36	28,8%
S2/S3	0	0%
Total	125	100%

Sumber: data dianalisis, 2025

Merujuk pada tabel tersebut dapat diidentifikasi bahwa sebanyak 89 atau 71,2% orang yang merupakan lulusan SMA/Sederajat, sebanyak 36 orang atau 28,8% yang lulusan S1/D3/D4 sedangkan untuk lulusan S2/S3 tidak memiliki responden. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah 125 orang.

4. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur untuk menilai apakah data penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dianalisis melalui metode Kolmogorov–Smirnov.

Tabel 4. 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12159465
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.032
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Merujuk pada hasil pengujian, didapatkan taraf signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai tersebut diatas batas signifikansi 0,05 maka dapat dinyatakan residual dalam model regresi berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bermaksud untuk setiap variabel bebas tidak memperlihatkan interaksi yang kuat di antara keduanya sehingga setiap variabel memberikan informasi yang berbeda.

Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Gaya Hidup FOMO	1.000	1.000
	Literasi Keuangan	1.000	1.000

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Merujuk pada hasil analisis tersebut, seluruh variabel independen mempunyai nilai *Tolerance* yang melebihi batas minimum 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa model regresi yang diterapkan tidak terindikasi masalah multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk memastikan konsistensi varians residual pada model regresi, apakah konsisten atau bervariasi pada seluruh titik pengamatan. Penelitian ini mengidentifikasi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas melalui uji Glejser.

Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.372	1.423		2.369	.019
Gaya Hidup FOMO	-.022	.047	-.043	-.477	.634
Literasi Keuangan	.006	.043	.012	.131	.896

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: hasil analisis SPSS 24 2025

Merujuk pada hasil analisis tersebut, nilai signifikansi gaya hidup FOMO sebesar 0,634 dan literasi keuangan sebesar 0,896, keduanya melebihi batas

signifikansi 0,05. Oleh karena itu, model regresi yang diterapkan dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

d. Analisis regresi berganda

Regresi linier berganda dimanfaatkan untuk menilai tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pendekatan ini membantu peneliti menganalisis peran variabel independen dalam menafsirkan variabel dependen melalui koefisien regresi yang diperoleh.

Tabel 4. 9 Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.546	2.278		6.824	.000
	Gaya Hidup FOMO	-.148	.072	-.151	-2.055	.042
	Literasi Keuangan	.551	.072	.566	7.707	.000

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil koefisien diatas, bentuk persamaan regresi untuk penelitian ini yaitu:

$$Y = 15,546 - 0,148 + 0,551 + \epsilon$$

Intrepretas koefisien:

- 1) Nilai konstanta sebesar 15,546 mengindikasikan bahwa ketika variabel X1 dan X2 diasumsikan bernilai nol atau tidak memberikan pengaruh, maka tingkat etika konsumsi Islam (Y) berada pada nilai 15,546. Artinya, sebelum dipengaruhi oleh X1 dan X2, nilai dasar dari Y sudah berada pada angka tersebut.

- 2) Koefisien $\beta = - 0,148$ yang berarti pengaruh gaya hidup FOMO (X1) terhadap etika konsumsi Islam (Y) bersifat negatif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan satu satuan pada variabel gaya hidup FOMO berimplikasi pada penurunan etika konsumsi Islam sebesar 0,148. Dengan demikian, variabel gaya hidup FOMO memiliki hubungan berlawanan arah dengan variabel etika konsumsi Islam.
- 3) Koefisien pada variabel literasi keuangan yaitu $\beta = 0,551$ yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan berkontribusi secara positif terhadap etika konsumsi Islam. Dengan kata lain, kenaikan satu satuan literasi keuangan akan disertai dengan kenaikan sebesar 0,551 pada nilai etika konsumsi Islam. Dengan demikian, variabel literasi keuangan memiliki hubungan searah dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan variabel etika konsumsi Islam.

e. Uji hipotesis

1) Uji parsial (uji t)

Uji parsial merupakan prosedur dalam analisis regresi linear yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (X) secara individual terhadap variabel dependen (Y). Hasil pengujian tersebut disajikan dalam tabel *koefisien* berikut:

Tabel 4. 10 Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.546	2.278		6.824	.000
	Gaya Hidup FOMO	-.148	.072	-.151	-2.055	.042
	Literasi Keuangan	.551	.072	.566	7.707	.000

a. Dependent Variable: Etika Konsumsi Islam

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

- a) Merujuk hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,055 > 1,979$ maka variabel gaya hidup FOMO (X1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel etika konsumsi Islam. Dengan tingkat signifikansi variabel gaya hidup FOMO sebesar $0,042 > 0,05$. Dimana arah koefisien regresi bernilai negatif ($\beta = -0,148$), sehingga dapat diartikan bahwa kenaikan variabel X1 cenderung disertai dengan penurunan nilai variabel Y. Dengan demikian, hipotesis dinyatakan adanya pengaruh Gaya Hidup FOMO terhadap etika konsumsi Islam diterima.

Nilai t_{hitung} dapat bernilai negatif apabila koefisien regresi menunjukkan hubungan negatif antara variabel independen dan dependen. Akan tetapi, tanda negatif tidak mempengaruhi hasil uji signifikansi karena distribusi t bersifat simetris. Oleh karena itu, penentuan signifikansi atau tidaknya pengaruh menggunakan nilai absolut t_{hitung} atau signifikansi (*p-value*). Dengan demikian, meskipun t_{hitung} variabel gaya hidup FOMO bernilai negati, pengujian tetap mengindikasikan bahwa variabel

tersebut berpengaruh signifikan.⁶¹

- b) Merujuk hasil analisis diatas, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,707 > 1,979$ maka variabel literasi keuangan (X2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel etika konsumsi Islam. Dimana arah koefisien regresi bernilai positif ($\beta = 0,551$), sehingga dapat diartikan bahwa peningkatan variabel X2 akan meningkatkan nilai variabel Y. Oleh karena itu, hipotesis dinyatakan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam diterima.

2) Uji simultan (uji F)

Pengujian simultan bermaksud untuk untuk mengevaluasi pengaruh gabungan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Temuan dari uji ini ditampilkan pada tabel ANOVA berikut:

Tabel 4. 11 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	628.708	2	314.354	31.740	.000 ^b
	Residual	1208.300	122	9.904		
	Total	1837.008	124			

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Merujuk pada hasil pengujian diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,740 > 3,07$. Selain itu, tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka secara simultan, variabel gaya hidup FOMO dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam.

⁶¹ Sahid Raharjo, "Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Dengan SPSS," n.d., https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html?utm_source=chatgpt.com&m=1. Diakses 7 Desember 2025.

3) Koefisien determinasi

Koefisien determinasi berperan dalam menaksirkan besarnya variasi pada variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen dalam model regresi. Hasil pengukuran disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.331	3.147

Sumber: hasil analisis SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai R Square sebesar 0,342, yang mengindikasikan model regresi memberikan kontribusi penjelasan terhadap variabel dependen sebesar 34,2%. Dengan demikian, gaya hidup FOMO dan literasi keuangan memberikan kontribusi sebesar 34,2% terhadap Etika Konsumsi Islam, sementara sisanya, yaitu 65,8%, berasal dari kontribusi variabel lain di luar cakupan penelitian.

B. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh gaya hidup fomo terhadap etika konsumsi Islam pada generas Z di Kota Palopo

Gaya hidup FOMO adalah pola perilaku ketika seseorang merasa takut tertinggal informasi, tren, atau pengalaman yang sedang dilakukan orang lain. Dalam konteks gaya hidup, FOMO dapat mendorong seseorang terutama generas Z untuk mengikuti tren terbaru, terlibat dalam aktivitas tertentu, atau membeli produk yang sedang populer untuk mendapatkan pengakuan sosial dan menghindari rasa ketinggalan.

Berlandaskan pengujian parsial membuktikan bahwa nilai t_{hitung} variabel gaya hidup FOMO lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $-2,055 > 1,979$ dan nilai signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$. Temuan tersebut mengindikasikan penerimaan H_1 dan penolakan H_0 , yang menyimpulkan bahwa secara individual, gaya hidup FOMO memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo.

Hasil tersebut menemukan bahwa semakin tinggi gaya hidup FOMO maka semakin rendah penerapan etika konsumsi Islam generasi Z Kota Palopo. Hal ini dikarenakan generasi Z cenderung mudah terpengaruh tren sehingga sering membeli sesuatu tanpa pertimbangan kebutuhan, sehingga prinsip etika konsumsi Islam seperti kesederhanaan dan tidak berlebihan-lebihan kurang diterapkan dikalangan generasi Z kota Palopo.

Temuan tersebut sejalan dengan teori FOMO yang dikembangkan oleh Andrew K. Przybylski yang menjelaskan bahwa *Fear of Missing Out* merupakan bentuk kecemasan sosial yang muncul ketika individu merasa bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman berharga sedangkan dirinya tertinggal. Przybylski menegaskan bahwa FOMO muncul akibat tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar dalam *Self-Determination Theory* yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka seseorang akan cenderung mengalami tekanan untuk tetap terkoneksi dengan aktivitas orang lain dan menyesuaikan diri dengan tren terkini.. Sejalan dengan teori Przybylski, generasi Z yang memiliki tingkat FOMO tinggi cenderung mengambil keputusan konsumsi secara emosional dan

impulsif karena rasa takut tertinggal pengalaman sosial. Hal ini menyebabkan individu lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan psikologis untuk diterima (*relatedness*) dibandingkan nilai-nilai rasionalitas dan etika konsumsi. Akibatnya, semakin tinggi gaya hidup FOMO, semakin rendah kemampuan menerapkan prinsip konsumsi Islam seperti *qanaah* (merasa cukup), tidak *israf*, dan menghindari *tabdzir* (pemborosan).

Hasil penelitian ini menguatkan teori Przybylski bahwa FOMO memiliki dampak langsung terhadap perilaku konsumsi, termasuk kecenderungan membeli produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Dalam perspektif Islam, pola konsumsi seperti ini menunjukkan ketidakpatuhan terhadap ajaran untuk mengonsumsi barang sesuai kebutuhan dan menghindari pemborosan. Oleh karena itu, hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh negatif gaya hidup FoMO terhadap etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo sepenuhnya konsisten dengan mekanisme psikologis yang dijelaskan oleh Przybylski, di mana tekanan sosial dan kecemasan untuk mengikuti tren membuat individu sulit menerapkan prinsip kesederhanaan dan keseimbangan dalam konsumsi.

Hasil temuan ini diperkuat oleh temuan Putriana yang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam. Dalam pandangan Islam, dianjurkan untuk mengonsumsi barang seperlunya, tidak

berlebihan, sesuai dengan kebutuhan serta bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain.⁶²

2. Pengaruh literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo

Literasi keuangan merujuk pada kapasitas individu dalam memahami, mengatur, dan membuat keputusan yang tepat sehubungan dengan masalah keuangan. Literasi ini meliputi pengetahuan mengenai penyusunan anggaran, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, kegiatan menabung, investasi, serta pemahaman terhadap berbagai risiko keuangan.

Berlandaskan hasil uji t membuktikan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan lebih besar daripada nilai t_{tabel} yakni $7,707 > 1,979$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan tersebut mengindikasikan penerimaan H_1 dan penolakan H_0 yang menyimpulkan bahwa secara individual literasi keuangan kontribusi positif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo. Pemahaman yang memadai mengenai literasi keuangan membantu generasi ini untuk lebih bijak dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, sehingga keputusan konsumsi yang diambil lebih

⁶² Putriana, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Etika Konsumsi Islam," *Jurnal penelitian Sosial Keagamaan (Kutubkhanah)* 23, no. 2 (Desember 31, 2023): 190-191, <https://doi.org/10.24014/kutubkhanah.v23i2.25968>.

selaras dengan prinsip-prinsip etika konsumsi Islam, seperti kesederhanaan, tidak berlebihan, serta pengelolaan harta secara bertanggung jawab.

Temuan ini konsisten dengan pernyataan Lusardi dan Mitchell (2007), yang menekankan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif guna mencapai tingkat kesejahteraan yang optimal. Menurut teori tersebut, penguasaan literasi keuangan yang komprehensif mendorong individu untuk menetapkan keputusan finansial yang tepat, termasuk dalam menetapkan prioritas kebutuhan, mengendalikan pengeluaran, dan menghindari perilaku konsumtif yang tidak perlu. Teori tersebut konsisten dengan temuan penelitian ini, yang membuktikan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo. Pemahaman finansial yang komprehensif mendorong generasi Z untuk lebih cermat membedakan kebutuhan dan keinginan, yang pada akhirnya membentuk keputusan konsumsi yang rasional dan sejalan dengan prinsip etika konsumsi Islam seperti tidak berlebih-lebihan, kesederhanaan, dan penggunaan harta secara bertanggung jawab. Dengan demikian, teori Lusardi & Mitchell mendukung temuan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin baik penerapan etika konsumsi Islam.

Hasil temuan ini diperkuat oleh temuan Asta Listiana dalam penelitiannya yang membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif atau searah terhadap pola konsumsi Islam. Oleh karena itu, literasi keuangan yang memadai berperan dalam mengarahkan individu untuk mengambil

keputusan finansial yang tepat, mengatur pengeluaran secara bijak, serta membentuk pola konsumsi yang lebih rasional.⁶³

3. Pengaruh gaya hidup FOMO dan literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo

Merujuk hasil uji secara simultan, didapatkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu sebesar $31,740 > 3,07$. Selain itu, nilai signifikansi yang didapatkan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menegaskan bahwa hipotesis H3 dinyatakan diterima, sementara hipotesis nol (H_0) ditolak. Sehingga membuktikan bahwa secara bersamaan, variabel gaya hidup FOMO dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

Nilai R Square sebesar 0,342 merefleksikan bahwa 34,2% variasi pada etika konsumsi Islam dapat diterangkan oleh variabel independen dalam penelitian ini, yaitu gaya hidup FOMO dan literasi keuangan. Sementara itu, sebesar 65,8% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Rina Hartati, Elyanti Rosmanidar, dan Yuliana Safitri memperkuat hasil penelitian ini karena membuktikan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan pengendalian diri memiliki pengaruh yang signifikan dan simultan terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif Islam. Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan bagi

⁶³ Listiana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Pola Konsumsi Islam (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto)." *Skripsi* (2022): 88, [Http://Repository.Uinsaizu.Ac.Id/Id/Eprint/14185](http://Repository.Uinsaizu.Ac.Id/Id/Eprint/14185).

individu untuk memahami cara mengelola keuangan secara benar, sementara gaya hidup mencerminkan pola penggunaan sumber daya yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang. Kedua variabel tersebut ketika bekerja secara simultan dapat menentukan bagaimana seseorang mengambil keputusan konsumsi secara lebih bijak, terarah, dan sesuai dengan etika keuangan Islam. Hal ini mencerminkan bahwa perilaku konsumsi tidak semata bertumpu pada aspek pengetahuan, melainkan oleh sikap hidup dan kemampuan mengelola diri, sehingga hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya.⁶⁴

⁶⁴ Hartati, "Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi." *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 4 (Juni 22, 2023): 135, <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i4.1448>.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Mengacu pada temuan penelitian mengenai keterkaitan gaya hidup FoMO dan literasi keuangan terhadap etika konsumsi Islam pada Generasi Z di Kota Palopo, maka simpulan dapat disajikan sebagai berikut:

1. Gaya hidup FOMO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

Temuan ini menunjukkan bahwa meningkatnya tingkat *Fear of Missing Out* pada generasi Z berbanding terbalik dengan penerapan etika konsumsi Islam. Rasa khawatir untuk tidak mengikuti perkembangan tren mendorong banyak generasi Z di Kota Palopo melakukan konsumsi tanpa memperhatikan kebutuhan yang sebenarnya, aspek kemaslahatan, maupun nilai kesederhanaan dalam ajaran Islam.

2. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

Temuan ini mengindikasikan bahwa Meningkatnya wawasan generasi Z terkait pengelolaan keuangan meliputi pemahaman tentang risiko, kebiasaan menabung, serta pengelolaan investasi akan mendorong mereka untuk bersikap lebih cermat dalam berkonsumsi. Dengan pengetahuan tersebut, mereka cenderung menata perilaku konsumsi sesuai nilai-nilai Islam, seperti memastikan kehalalan, mempertimbangkan kemanfaatan,

mendahulukan kebutuhan yang lebih penting, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

3. Gaya hidup FOMO dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap etika konsumsi Islam pada generasi Z di Kota Palopo.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi generasi Z di Kota Palopo. Ketika literasi keuangan rendah dan gaya hidup FOMO tinggi, penerapan etika konsumsi Islam cenderung semakin melemah. Dengan pengaruh kedua variabel sebesar 34,4%.

B. Saran

- a. Bagi Generasi Z

Generasi Z diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial yang menjadi sumber utama munculnya tekanan untuk mengikuti tren. Pengelolaan waktu penggunaan media sosial serta kemampuan untuk memilih konten yang bermanfaat merupakan langkah awal yang penting untuk mencegah perilaku konsumtif berlebihan. Selain itu, meningkatkan literasi keuangan sederhana seperti membuat anggaran dan membedakan kebutuhan serta keinginan dapat membantu generasi Z tetap pada pola konsumsi yang lebih bijak. Penulis juga berharap generasi Z dapat menghidupkan kembali nilai-nilai konsumsi Islami, seperti tidak mubazir dan mendahulukan prioritas, agar setiap pengeluaran dapat lebih selaras dengan prinsip syariah.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan, sehingga penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain agar mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi etika konsumsi Islam. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif dapat memperkaya pemahaman mengenai pengalaman langsung generasi Z dalam menghadapi FOMO maupun pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Rekomendasi Akademik

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dengan mengintegrasikan konsep gaya hidup FOMO dan literasi keuangan dalam kajian etika konsumsi Islam, sehingga memperluas perspektif ekonomi Islam yang sebelumnya dominan normatif menjadi lebih empiris dan kontekstual. Peneliti membuktikan bahwa FOMO berperan sebagai faktor yang melemahkan etika konsumsi Islami, sementara literasi keuangan berfungsi sebagai faktor penguat perilaku konsumsi etis. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam membangun model perilaku konsumsi Islam yang lebih komprehensif, relevan dengan realitas Generasi Z, dan adaptif terhadap tantangan era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. S.Ei., MA, Muh. Ruslan, and MEI Fasiha. S.EI. *Pengantar Islamic Economics: Mengenal Konsep Dan Prakter Ekonomi Islam*. Makassar: Lumbung Informasi pendidikan (LIPa), 2012.
- Aily, Lao. “Survei FFI Sebut 80% Anak Muda Habiskan Uang Untuk Gaya Hidup,” n.d. <https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/survei-ffi-sebut-80-anak-muda-habiskan-uang-untuk-gaya-hidup-23gn44rgXLH>.
- Algifari. *Statistika Deskriptif Plus*. Edisi Peta. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Pencetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2015.
- Aravik, S, H, I., M.Si., Havis. *Ekonomi Islam: Konsep, Teori Dan Aplikasi Serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam Dari Abu Ubaid Sampai Al- Maududi*. Malang: Empatdua, 2016.
- Aulia Zulni, Dhiyaul. “Pengaruh Etika Konsumsi Islam Dalam Penggunaan Dompot Digital Sebagai Perluasan Model UTAUT.” *Skripsi*, 2021. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30898>.
- Bintang, Abidah, and Riska Juliani. “Analisis Perspektif Islam Terhadap Dampak Fomo Pada Kebutuhan Eksistensi Manusia Modern.” *Cemara Education and Science* 3, no. 3 (2025): 7. <https://cemarajournal.com/journal/index.php/ces/article/view/164>.
- Choerudin, Achmad, Zulfachry, Rahmatya Widyaswati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, Budi Harto, Nita Fauziah, et al. *Literasi Keuangan*. Cetakan pe. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023.

- Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologis, Dan Empiris*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Elsa, Verina, Rifqa Ayu Dasilah, and Riyanti. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Resiko Finansial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 34–7 (2024). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i3.14367>.
- Fahrezi, Mochamad Zaky, Siti Rania Balqis, Deliana Rahmawati, Aulira Mahel, and Putri Azzahra. "Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , Dan FOMO Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia* 3, no. 1 (2024): 130–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jubpi.v3i1.3472>.
- Habibullah, Eka Sakti. "Etika Konsumsi Dalam Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 11, no. 1 (2020): 1–14. <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta->.
- Hamdi, Baitul. "Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (April 28, 2022): 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.
- Hartati, Rina. "Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi." *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 4 (2023): 135. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i4.1448>.
- Ikit, S.E., M.E.I., and M.E.I Muhammad Saleh, S.H.I. *Pengantar Ekonomi Islam: Teori Dan Konsep Dalam Aktivitas Ekonomi*. Yogyakarta: Gava media, 2022.

Kota, Palopo. “Kota Palopo,” 2025. <https://palopokota.go.id/>.

Kotta, Muhammad Iswan, Harun Alrasyid, Idris Parakassi, and Fakhruddin Mansyur. “Analisis Pemikiran Ekonom Islam Pada Masa Kontemporer (Muhammad Nejatullah Siddiqi , Umer.” *Hamalatul Qur’an: Junral Ilmu-Ilmu Al-Qur’an* 6, no. 2 (2025): 18–19. <https://doi.org/https://jogoroto.org> Hamalatul.

Listiana, Asta. “Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Pola Konsumsi Islam (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto).” *Skripsi*, 2022. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/14185>.

Lubis, Zainuddin. “Tafsir Surat Al-Furqan Ayat 67: Bijak Dalam Mengelola Keuangan Keluarga,” 2026. <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-furqan-ayat-67-bijak-dalam-mengelola-keuangan-keluarga-5Uwbw>.

Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. “The Economic Importance of Financial Literacy.” *Journal of Economic Literature* 52, no. 1 (2013): 8–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.

Ma’arif, M. Syafi’i. “Dampak Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2020).” *Skripsi*, 2024. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10737/>.

Marsya, Thabitha, Angie Petrawati Brigitta, and Penny Handayani. “Hubungan Fear of Missing out Dengan Subjective Well-Being Pengguna Sosial Media Dewasa Awal.” *Jambi Medical Journal : Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*

10, no. 2 (2021): 321. <https://online-journal.unja.ac.id/kedokteran/article/download/19248/13697/54302>.

Maula, Diana. “Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Tiktok Mahasiswi Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.” *Skripsi*, 2024. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/81238>.

Michael, Dimock. “Defining Generations: Where Millennials End and Post-Millennials Begin.” *Pew Research Center*, 2018, 6–9. https://doi.org/https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/?gad_source=1&gad_campaignid=22378837192&gbraid=0AAAAA-ddO9HXzIW2DFNN6Wuns8w2_J1ov&gclid=Cj0KCCQiAiKzIBhCOARIsAKpKLAM3eU8FFjVh0QHL191NNzECyF-1BEyOSNAF6hIYeS6OAXcZmqGaV6gaAiarEALw_wcB.

Mujahidin, Adzan Nor Bakri, Ishak, Muh Rasbi, and Qisty Amalina. “Pengabdian Masyarakat Tentang Literasi Keuangan Pada Pegawai Kemenag Kab. Luwu.” *Jurnal Budimas* 6, no. 3 (2024): 2. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/15288>.

Nasution, Riska Syahputri, Sugianto Sugianto, and Budi Dharma. “Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (July 31, 2023): 1997–2006. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.6819>.

- Nur, Muhammad, Alam Muhajir, Nur Apriani Buluatie, and Muh Zulfarnain. "Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Gaya Hidup ? Bukti Empiris Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja," 2022, 2–3. <https://doi.org/10.24256/m.v14i2.5498>.
- Nurhidayati, Siti Asyiyah, and M. Irfan Riyadi. "Konsep Qanaah Sebagai Media Terapi Fomo Syndrom Menurut Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misb ā H." *At-Tafasir Journal of Qur'anic Studies and Contextual Interpretation* 2, no. 2 (2025): 165–80. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/tafasir/article/view/11405/4188>.
- OCBC. "Index Literasi Keuangan Gen Z Minim, Benarkah?," 2024. <https://www.ocbc.id/article/2024/12/10/indeks-keuangan-gen-z>.
- Parawangsa, Hyunda Alifvian. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Islami, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Santri (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Yanaabi'ul Ulum Warrahmah Kudus)." *Skripsi*, 2024, 28–30. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/26107/>.
- Priyastama, Romie. *The Book of SPSS: Pengolahan & Analisis Data*. Edisi Pert. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia, 2024.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, and Valerie Gladwell. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (July 2013): 1841–48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Putriana, Putriana. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Etika Konsumsi Islam." *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 23, no. 2 (December 31, 2023): 190–

91. <https://doi.org/10.24014/kutubkhanah.v23i2.25968>.

Raharjo, Sahid. "Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Dengan SPSS," n.d. https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html?utm_source=chatgpt.com&m=1.

Rahmania, Farra Anisa, Jihan Salsabila Ramadhayanti, Tassya Aliyah, Dwi Andini, and Sumedi P Nugraha. "Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediator of Anxiety on Social Media Fatigue in Early Adulthood." *Jurnal Ilmiah Psikologi* 10, no. 1 (2023): 85–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/psy.v10i1.20956> Copyright.

Ramadhani, Yunita, Ratnaningsih Ds, and Anissa El Halidy. "Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 3 (2022): 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.1098>.

Ramdani, Rio, Muhammad Ghifari, and Abil Ash. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Di Media Sosial Perspektif Hadis." *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Tafsir Hadis* 13, no. 1 (2024): 11–12. <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta->.

Rangkuti, Ririn Anjani, and Muhammad Arif. "Pemikiran Ekonomi Islam M . Umer Chapra Dalam Konteks Era Kontemporer." *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 3 (2024): 348–50. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.605>.

Rasbi, Muh., Muh. Ginanjar, Fasiha, Atika Tahir, Linda. A, and Ali. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku

- Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo” 02, no. 02 (2024): 17.
<https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.
- Reagle, Joseph. “Following the Joneses: FOMO and Conspicuous Sociality” 20, no. 10 (2015). <https://doi.org/https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6064>.
- Shavira, Shinta, Pitri Pardomuan, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim. “Strategi Spritualitas Qur ’ Ani Untuk Mengatasi FOMO Pada Generasi Z.” *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2025): 189–91.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i2.950>.
- Sugioyo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edisi Pert. Bandung: ALFABETA, 2022.
- “Surah Al-Furqan Ayat 67.” Qur’an Kemenag, n.d.
<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=1&to=67>.
- Susanti, Mery, Mori Dianto, and Triyono. “Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Sumatera Barat.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 13341–46.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/8514>.
- Suwarjeni, V. Wiratna. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.
- Suwarjeni, V. Wiratna, and Lila Retnani Utami. *The Guide Book of SPSS*. Edisi Pert. 2023: PT Anak Hebat Indonesia, 2023.
- Wibowo, Fransiscus Xaverius Pudjo. *SPSS 25 Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Edisi Pert. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2025.
- Yusuf, Sri Dewi. “PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM M . UMAR CHAPRA.” *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* 3, no. 1 (2022): 70–71.

<https://ejournal.iaingorontalo.ac.id>.

Zair, Ika Octaviani, Nurul Syobah, and Sitti Syahar Inayah. "Social Change in the Digitalization Era of Indonesian Consumerism on E-Commerce Platforms." *Journal Of Social Science Research* 5, no. 3 (2025): 930–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.18995>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

1. Gaya Hidup FOMO (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Perbandingan dengan Teman atau Orang Lain				
	a. Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk yang sama dengan teman saya.				
	b. Saya merasa tertinggal tren jika tidak memiliki produk atau mencoba pengalaman (misalnya: makanan viral, tempat nongkrong baru) yang sedang populer di kalangan teman-teman saya.				
2.	Perasaan Ditinggalkan dalam Suatu Kegiatan atau Percakapan				
	a. Saya merasa cemas jika tidak mengetahui informasi terbaru atau aktivitas populer di kalangan teman-teman saya.				
3.	Pengalaman yang Terlewatkan				
	a. Saya merasa ingin menjadi bagian dari orang-orang yang mengikuti tren yang ramai di lingkungan pertemanan atau media sosial.				
	b. Saya merasa harus segera mencoba atau memiliki sesuatu yang sedang viral agar tidak ketinggalan momen saat hal tersebut sedang hangat dibicarakan.				
4.	Perilaku Kompulsif				
	a. Saya memiliki kebiasaan untuk sering memeriksa media sosial (misalnya Instagram, TikTok, dll.) untuk memastikan saya tidak ketinggalan informasi atau tren terbaru.				
	b. Saya merasa senang ketika mengikuti perkembangan tren terbaru di media sosial.				

2. Literasi Keuangan (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pengetahuan Umum Tentang Keuangan				
	a. Saya memahami bahwa pengetahuan keuangan yang baik dapat membantu saya terhindar dari segala penipuan uang.				
	b. Saya mengetahui cara mengatur keuangan.				
2.	Pengetahuan Mengenai Manajemen Keuangan				
	a. Saya membuat rencana keuangan agar pengeluaran harian saya lebih terkontrol.				
	b. Saya mampu menyesuaikan pengeluaran saya agar tidak melebihi anggaran yang telah direncanakan.				
3.	Pengetahuan Mengena Tabungan dan Investasi				
	a. Saya memiliki tabungan yang bisa digunakan jika terjadi kebutuhan mendadak.				
	b. Saya merasa penting untuk menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk investasi di masa depan.				
4.	Pengetahuan Mengenai Resiko				
	a. Saya menyadari pentingnya memiliki dana cadangan atau perlindungan finansial untuk mengantisipasi risiko tak terduga.				
	b. Saya mengetahui bahwa memiliki asuransi dapat membantu melindungi keuangan dari risiko yang tidak terduga.				

3. Etika Konsumsi Islam (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Memperhatikan Konsumsi Halal				
	a. Saya selalu memperhatikan label halal sebelum membeli suatu produk.				
	b. Saya menghindari membeli produk yang dilarang dalam Islam, walaupun sedang tren di media sosial.				
2.	Kesederhanaan/Tidak Berlebihan (<i>Israf</i>)				
	a. Saya mengetahui dengan jelas bahwa dalam Islam dilarang melakukan konsumsi secara berlebihan.				
	b. Saya menghindari kebiasaan membeli barang/makanan berlebihan hanya karena ingin mengikuti kegiatan yang dilakukan teman-teman saya.				
3.	Memperhatikan Kebutuhan bukan Keinginan				
	a. Saya lebih suka membeli sesuatu berdasarkan apa yang dibutuhkan.				
	b. Saya menunda pembelian ketika sadar bahwa produk tersebut tidak terlalu penting.				
4.	Memperhatikan Masalah				
	a. Saya membeli produk yang memberikan manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat sekitar.				
	b. Saya percaya bahwa konsumsi yang bermanfaat dan tidak berlebihan akan membawa keberkahan.				

Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS

A. Hasil Uji Validitas

1. Variabel Gaya Hidup FOMO

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.363*	.358	.053	.479**	.493**	.382*	.449*	.653**
	Sig. (2-tailed)		.049	.052	.781	.007	.006	.037	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.363*	1	.533**	-.116	.649**	.655**	.594**	.680**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.049		.002	.543	.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.358	.533**	1	-.233	.513**	.665**	.295	.363*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.052	.002		.215	.004	.000	.113	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.053	-.116	-.233	1	.000	-.103	.044	.000	.131
	Sig. (2-tailed)	.781	.543	.215		1.000	.589	.816	1.000	.489
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.479**	.649**	.513**	.000	1	.602**	.617**	.665**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.004	1.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.493**	.655**	.665**	-.103	.602**	1	.476**	.477**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.589	.000		.008	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.382*	.594**	.295	.044	.617**	.476**	1	.870**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.037	.001	.113	.816	.000	.008		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.449*	.680**	.363*	.000	.665**	.477**	.870**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.049	1.000	.000	.008	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.653**	.791**	.620**	.131	.834**	.772**	.802**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.489	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel Literasi Keuangan

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.684**	.883**	.883**	.913**	.865**	.772**	.845**	.593**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Uji Reliabilitas

1. Uji reliabilitas gaya hidup FOMO

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	8

2. Uji Reliabilitas Literasi Keuangan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	8

3. Uji Reliabilitas Etika Konsumsi Islam

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	8

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12159465
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.032
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.546	2.278		6.824	.000		
	Gaya Hidup FOMO	-.148	.072	-.151	-2.055	.042	1.000	1.000
	Literasi Keuangan	.551	.072	.566	7.707	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Etika Konsumsi Islam

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.372	1.423			2.369	.019
	Gaya Hidup FOMO	-.022	.047	-.043		-.477	.634
	Literasi Keuangan	.006	.043	.012		.131	.896

a. Dependent Variable: ABSRES

D. Uji Hipotesis

1. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	15.546	2.278		6.824	.000
Gaya Hidup FOMO	-.148	.072	-.151	-2.055	.042
Literasi Keuangan	.551	.072	.566	7.707	.000

a. Dependent Variable: Etika Konsumsi Islam

2. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	628.708	2	314.354	31.740	.000 ^b
	Residual	1208.300	122	9.904		
	Total	1837.008	124			

a. Dependent Variable: Etika Konsumsi Islam

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup FOMO

3. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.331		3.147

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup FOMO

b. Dependent Variable: Etika Konsumsi Islam

Lampiran 3 R tabel, T tabel dan F tabel

1. R-tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

2. t- tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

3. f-tabel

Tabel Distribusi F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

RIWAYAT HIDUP



Khairunnizah, Lahir di Kaluku pada tanggal 30 April 2004. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Taruk Durian, Desa Kaluku, Kecamatan Sukamaju, Kabupaten Luwu Utara. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2016 di UPT SDN 153 Sukamaju. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di UPT SMPN 1 Sukamaju hingga tahun 2019. Pada saat menempuh pendidikan di SMP, Penulis aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler Unit Kesehatan Sekolah (UKS) sebagai sekretaris serta Palang Merah Remaja (PMR). Pada tahun 2019 melanjutkan pendidikan di UPT SMAN 2 Luwu Utara, penulis juga aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler Palang Merah Remaja (PMR). Setelah lulus SMA di tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.

Contact person penulis : khairunnizah3004@gmail.com