

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK  
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
FAKULTAS DAKWAH UIN SULTAN THAHA  
SAIFUDDIN JAMBI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) Dalam Ilmu Bimbingan Dan Penyuluhan Islam  
Fakultas Dakwah**



**OLEH :  
DESI INDAH LESTARI  
NIM : 601190030**

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN THAHA SAIFUDDIN  
JAMBI  
2023**

**Dr. Abdullah Yunus M.Pd.I**

Jambi, 6 Juli 2023

**Ayu Nurkhayati, M.Psi**

Alamat : Fakultas Dakwah UIN STS Jambi  
Jl. Raya Jambi-Ma.Bulian  
Simp.Sungai Duren  
Muaro Jambi

Kepada Yth.  
Bapak Dekan  
Fakultas Dakwah  
UIN STS Jambi

### NOTA DINAS

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di Fakultas Dakwah UIN STS Jambi, Maka kami berpendapat bahwa Sekripsi Saudari Desi Indah Lestari dengan Judul Skripsi "Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi" telah dapat diajukan untuk dimunaqashahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Stara Satu (S1) Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikianlah yang dapat kami sampaikan kepada Bapak/Ibu, semoga ber- manfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Pembimbing I

(Dr. Abdullah Yunus M.Pd.I)

NIP. 19620206 198303 1 007

Pembimbing II

(Ayu Nurkhayati, M.Psi)

NIP.199110882020122010

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### SURAT PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desi Indah Lestari  
Nim : 601190030  
Tempat/Tanggal Lahir : Perintis, 16 Desember 2000  
Konsentrasi : Bimbingan dan Penyuluhan Islam  
Alamat : Desa Perintis Makmur Unit 1 Poros, Kecamatan  
Rimbo Bujang, Kabupaten Tebo

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”**. Adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya sepenuhnya bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia dan ketentuan di Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, termasuk pencabutan gelar yang saya peroleh melalui Skripsi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Jambi, 04 Juli 2023

Penulis



Desi Indah Lestari  
601190030

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



**KEMENTERIAN AGAMA RI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI FAKULTAS  
DAKWAH**

Jl. Jambi-Ma.Bulian KM 16 Simp.Sungai Duren Kab.Muaro Jambi Telp (0741)  
583183-584118 Website: [www.uinjambi.ac.id](http://www.uinjambi.ac.id) Kode Pos 36363 E-Mail [dakwah@uinjambi.ac.id](mailto:dakwah@uinjambi.ac.id)  
Radio Sultan Thaha FM, Freq 107,7 Mhz

**PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh **Desi Indah Lestari** NIM **601190030** dengan judul  
"Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa  
Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi" yang dimunaqashahkan  
oleh Sidang Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 27 Juli 2023  
Jam : 08 - 09.30 Wib

Telah diperbaiki sebagaimana hasil sidang Munaqashah dan telah diterima  
sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam pada Fakultas Dakwah UIN Sulthan  
Thaha Saifuddin Jambi.

Jambi, Juni 2023

TIM PENGUJI

Ketua Sidang	: Drs. Abdul Kholiq, M.Pd	(		)
Sekretaris Sidang	: Linda Seswati, M.Pd.I	(		)
Penguji I	: Dr. Dani Sartika, M.Si	(		)
Penguji II	: Siti Aminah, S.Kom.I, MA	(		)
Pembimbing I	: Dr. Abdullah Yunus, M.Pd.I	(		)
Pembimbing II	: Ayu Nurkhayati, M.Psi	(		)

Dekan Fakultas Dakwah



(Dr. Zulqarnain, M.Ag)

NIP. 19640908 199303 1 002

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا  
وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”<sup>1</sup> “*Q.S Al-Furqon : 67*”

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019), hal. 291

## ABSTRAK

Di Indonesia, aplikasi tiktok diluncurkan pada bulan Mei 2017 (Aprilliana et al., 2020). Di Indonesia, mayoritas pengguna aplikasi tiktok adalah wanita berusia antara 13 hingga 21 tahun. Fenomena Tiktok di masyarakat menawarkan keuntungan bagi penggunanya seperti memperluas jejaring sosial, memberikan hiburan yang menarik dan berbagi informasi. Selain manfaat tersebut, pengguna memiliki efek positif yang dapat membangun kreativitas dan meningkatkan popularitas pengguna. Selain berguna untuk ekspresi diri, platform media sosial seperti Tiktok juga memungkinkan untuk konsumsi dalam skala besar. Selain itu, aplikasi Tiktok juga membuat platform pemasaran produk bernama Tiktokshop. Memfasilitasi penjualan produk dengan mudah dan terlebih lagi dengan harga yang terjangkau.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui angket (kuesioner) dan dokumntesi. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas dakwah UIN STS Jambi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus slovin sehingga menghasilkan 87 sampel. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi *product moment* yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi yang didapat sebesar  $0.030 \leq 0.05$  yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Intensitas Penggunaan Tiktok

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* *rabbi'l'alamin*, Puji syukur saya haturkan kehadirat Allah SWT, sumber segala kebenaran, sumber ilmu pengetahuan, Yang Maha Penolong hamba-Nya, atas segala nikmat yang diberikan kepada saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh suka cita dan dukungan orang-orang sekitar.

Maka dari itu saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya yakni Bapak Ngadiyo, dan Ibu Winarni, yang senantiasa mendo'akan, mendidik, dan membimbing dengan penuh keikhlasan.

Terimakasih teruntuk abang dan kakak saya, Yuni Widiati S.Pd, M.Pd, Rahmat Hidayat S.Pd, serta adek saya Rizki Nanda Syaputra yang selalu mendukung dan mendoakanku. Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada seseorang yang selalu memberikan motivasi dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih juga kepada teman-teman pada angkatan tahun 2019 khususnya yang bernama Tiwi, Putri, Tika, Dina yang selalu ada dan setia menemani dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata terimalah bingkisan indah ini sebagai persembahanku, semoga Allah meridhoi. *Amiin Ya Robbal'Alamin*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan kehadiran Tuhan yang maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul “**Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi**” dapat diselesaikan dengan baik. Tak luput shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sang suri tauladan umat, yang kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul qiyamah. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata-1 pada program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan motivasi beberapa pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karena itu pada kesempatan kali ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdullah Yunus M.Pd.I, selaku Dosen Pembimbing I, yang selalu meluangkan waktu dalam membimbing dan memotivasi demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ayu Nurkhayati M.Psi, selaku dosen pembimbing II, yang selalu meluangkan waktu dan membimbing serta memotivasi demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Zulqarnain, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah, Bapak Dr. D.I Ansusa Putra, Lc., M.A.Hum selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Jamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan II dan Dr. Bapak Sahmin Batubara, M.HI selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Bapak Dr. Abdullah Yunus M.Pd.I selaku Ketua Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Ahdiyati Mahendra, M.Hum selaku Sekretaris Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha



Saifuddin Jambi. Serta yang selalu membantu dan membimbing demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

6. Segenap dosen karyawan/karyawati Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari juga bahwa tentunya skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karenanya penulis juga mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikan sehingga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Sekian

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Jambi, Juli 2023

Penulis,

Desi Indah Lestari

601190030

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif .....	7
1. Pengertian perilaku konsumtif .....	7
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	8
3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif .....	9
4. Indikator Perilaku Konsumtif.....	13
B. Intensitas Penggunaan Tiktok .....	14
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Tiktok.....	14
2. Pengertian Tiktok .....	16
C. Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif..	22
D. Studi Relevan .....	24
E. Kerangka Berfikir.....	26
F. Hipotesis .....	28

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

C. Populasi dan Sampel .....	30
D. Variabel .....	33
E. Instrumen Penelitian.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Validitas dan Reliabilitas Data.....	38
H. Analisis Data.....	40

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	43
a. Lokasi Fakultas Dakwah.....	43
b. Sejarah Fakultas Dakwah.....	43
c. Visi Dan Misi Fakultas Dakwah .....	44
d. Program.....	45
e. Tujuan.....	45
f. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah .....	46
g. Sarana Dan Prasarana Fakultas Dakwah .....	48
B. Hasil Penelitian .....	49
a. Deskripsi Data Responden .....	49
b. Kategori Skor Penelitian .....	49
c. Uji Asumsi Dasar.....	51
1) Uji Normalitas .....	51
2) Uji Linieritas.....	53
3) Uji Hipotesis .....	54
d. Pembahasan .....	54

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	60
B. Implikasi Penelitian.....	60
C. Keterbatasan Penelitian .....	61
D. Saran.....	62

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN- LAMPIRAN**

#### **CURRICULUM VITAE**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli;  
    a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
    b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun Ajaran 2020 & 2021.....	31
Tabel 3.2 Skala Perilaku Konsumtif .....	34
Tabel 3.3 Skala Intensitas Penggunaan Tiktok.....	35
Tabel 3.4 Skoring Instrumen .....	38
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	46
Tabel 4.2 Sarana dan Prasaranan .....	48
Tabel 4.3 Skor Penggunaan TikTok (X).....	49
Tabel 4.4 Kategori Skor Perilaku Konsumtif (Y).....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas .....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.2 Histogram Penggunaan Tiktok.....	52
Gambar 4.3 Histogram Perilaku Konsumtif.....	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi menjadikan media sosial sebagai perkembangan teknologi yang disukai oleh generasi milenial. Perkembangan teknologi yang pesat membuat kehidupan sehari-hari semakin mudah bagi individu, terutama akses informasi melalui internet. Munculnya media sosial membiasakan individu dengan informasi dan teknologi yang berkembang saat ini sehingga dapat membangkitkan persepsi manusia untuk mengikuti perubahan yang terjadi. Diera globalisasi, mereka yang tidak mengikuti arus modernisasi dianggap tidak siap dan pasif.

Peran media sosial berubah dengan sangat cepat. Media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, namun media sosial kini memiliki peluang besar dalam bisnis, khususnya dalam pemasaran. Pengaruh media sosial dianggap sebagai bentuk pemasaran yang paling efektif untuk membangun hubungan dengan konsumen untuk menjangkau konsumen sasaran dalam jumlah besar karena biaya pemasaran yang relatif rendah dan jumlah pengguna media sosial yang besar.

Setiap orang menggunakan media sosial untuk tujuan yang berbeda. Tidak bisa dipungkiri bahwa semua aktivitas masyarakat juga membutuhkan peran media sosial. Orang yang menggunakan media sosial mengaktifkan perilaku konsumen karena sering melihat media menampilkan berbagai iklan untuk menarik perhatian konsumen. Barang atau jasa yang ditawarkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga digunakan oleh seseorang untuk memenuhi keinginan konsumen yang berlebihan. Kebutuhan masyarakat yang tidak terbatas dan penciptaan merchandise yang menarik perhatian dengan berbagai inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat didukung dengan kampanye produsen.

Aplikasi Tiktok menjadi tren global. Setelah peluncuran aplikasi Tiktok pada tahun 2016, jumlah pengguna aktif aplikasi Tiktok mencapai lebih dari satu

miliar di seluruh dunia. Aplikasi TikTok adalah aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia dalam kategori aplikasi non-game dengan hampir 63,3 juta unduhan, meningkat 1,6% dari Agustus 2019 hingga Agustus 2020.<sup>2</sup> Negara dengan unduhan aplikasi terbanyak selama periode ini adalah Indonesia dengan 11% dari semua download. Namun, pada tahun 2021, unduhan TikTok mencatat 656 juta unduhan, dan pada kuartal kedua tahun 2022, TikTok sudah memiliki 1,46 miliar pengguna aktif di seluruh dunia.

Di Indonesia, aplikasi tiktok diluncurkan pada bulan Mei 2017 (Aprilliana et al., 2020). Di Indonesia, mayoritas pengguna aplikasi tiktok adalah wanita berusia antara 13 hingga 21 tahun. Saat ini pengguna aktifnya mencapai lebih dari 10 juta orang. Menurut perusahaan aplikasi seluler Sensor Tower, pada tahun 2020, aplikasi tiktok akan lebih sukses dan memiliki lebih banyak penginstalan daripada gabungan Facebook, Snapchat, Youtube, dan Instagram di seluruh dunia.<sup>3</sup>

Platform tunggal untuk musik video bentuk pendek diberi nama TikTok oleh Zhang Yiming pada tahun 2016 dan dioperasikan oleh perusahaan ByteDance. Platform tersebut di atas adalah tempat untuk mengekspresikan kreativitas melalui video yang menginspirasi dan menyenangkan yang mencerminkan pengalaman nyata dan otentik. Tiktok memberi pengguna opsi untuk membuat video bebas musik dan filter dengan beberapa fitur kreatif lainnya. Karena kesederhanaan dan aksesibilitasnya, TikTok menonjol di antara aplikasi serupa di pasar. Ini karena memungkinkan setiap orang untuk menjadi pencipta. Setelah diluncurkan pada bulan September 2016 dan berlangsung selama kurang lebih empat tahun, tiktok mengalami lonjakan popularitas.<sup>4</sup>

Perilaku konsumen adalah perilaku pembelian dan penggunaan barang yang berlebihan, berdasarkan keinginan dan keinginan, bukan pada kebutuhan yang mendesak, tetapi pada penggunaan semua barang yang paling mewah yang

<sup>2</sup>M. Cross, *Social Media Security*, 1st ed. United States of America: Syngress, 2013.

<sup>3</sup>Luluk Fauziah, *Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa, Jurnal Psikologi*. Hal.3

<sup>4</sup>A. W. Soehadi, *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*, 1st ed. Jakarta: Quantum, 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mendatangkan kepuasan dan kenyamanan jasmani. Perilaku konsumsi berkaitan dengan identitas diri. Identitas diri adalah perilaku sosial seseorang yang dipengaruhi oleh mengetahui siapa dirinya berdasarkan penilaian, pengetahuan, kepentingan dan keterampilan aktor. Pelakunya adalah mahasiswa, sekelompok pemuda akhir yang masih labil dan belum konkrit dalam mengambil keputusan bagaimana membelanjakan uangnya. Remaja terwakili dari penampilannya, sehingga produk fashion yang meliputi pakaian, kosmetik dan aksesoris menjadi hal yang penting bagi anak muda.<sup>5</sup>

Saat ini, video menjadi salah satu konten paling populer di kalangan pengguna internet di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Video bahkan telah menjadi cara baru mencari nafkah bagi kaum milenial, yang bisa mendapatkan keuntungan dari iklan yang muncul di kanal videonya. Video juga menjadi senjata pemasaran baru sebagai strategi komunikasi merek. Untuk membantu mereka membuat video yang menarik, banyak developer yang berlomba-lomba membuat software edit video.

Fenomena Tiktok di masyarakat menawarkan keuntungan bagi penggunanya seperti memperluas jejaring sosial, memberikan hiburan yang menarik dan berbagi informasi. Selain manfaat tersebut, pengguna memiliki efek positif yang dapat membangun kreativitas dan meningkatkan popularitas pengguna.<sup>6</sup> Keinginan besar untuk mendapatkan popularitas melalui fenomena Tiktok, banyak pengguna yang tidak menyadari manfaat sebenarnya, sehingga mengesampingkan sisi negatif dari fenomena Tiktok yang kemudian bertentangan dengan nilai-nilai Alquran. Hal ini kemudian memunculkan banyak komentar negatif dari pengguna dan persepsi negatif terhadap fenomena Tiktok. Dapat juga dikatakan bahwa pengguna telah mengesampingkan rasa malu. Sebagaimana dalam firman Allah QS. Al-A'raf ayat 179 telah dijelaskan mengenai rasa malu.

<sup>5</sup> Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, *Perspektif Mahasiswa Universitas Tribuana Tungga Dewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 7, no. 2 (2018), Hal. 79

<sup>6</sup> Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahada dan Suara Indonesia*, ISBN : 978-602-6779-21-2



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَن هُمْ أَصْلٌ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ (الاعراف : ١٧٩)

Artinya : “Dan sungguh, akan Kami isi neraka Jahanam banyak dari kalangan jin dan manusia. Mereka memiliki hati, tetapi tidak dipergunakannya untuk memahami (ayat-ayat Allah) dan mereka memiliki mata (tetapi) tidak dipergunakannya untuk melihat (tanda-tanda kekuasaan Allah), dan mereka mempunyai telinga (tetapi) tidak dipergunakannya untuk mendengarkan (ayat-ayat Allah). Mereka seperti hewan ternak, bahkan lebih sesat lagi. Mereka itulah orang-orang yang lengah”<sup>7</sup>

Banyak alasan yang ditimbulkan oleh pengaruh media sosial yang mendorong masyarakat untuk melakukan perilaku konsumtif tertentu, diantaranya adalah Media Sosial Tiktok, sebuah aplikasi media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya dan memang merupakan media yang berbeda dengan media sosial lainnya. . Media Sosial Tiktok merupakan media sosial yang sedang trending saat ini dibandingkan dengan media sosial lainnya yang sudah banyak digunakan. Hal ini mendorong siswa untuk menggunakan media sosial. Hal ini mengarah pada perilaku penggunaan media konsumen sebagai ekspresi dari motif penggunaan yang tinggi.

Selain berguna untuk ekspresi diri, platform media sosial seperti Tiktok juga memungkinkan untuk konsumsi dalam skala besar. Dengan penggunaan tulisan, lagu, video, atau ikon terpisah, Media Sosial Tiktok juga semakin memudahkan pengguna untuk menyampaikan perasaan, persaan, dan hal lain yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari pengguna. Selain itu, aplikasi Tiktok juga membuat platform pemasaran produk bernama Tiktokshop. Memfasilitasi penjualan produk dengan mudah dan terlebih lagi dengan harga yang terjangkau. Di tengah hadirnya media sosial Tiktok diharapkan dapat berdampak positif bagi kehidupan mahasiswa Fakultas Dakwah, menjadi media informasi, sumber segala

<sup>7</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Tajwid Berwarna*, (Jakarta: Kamilah Jaya Ilmu, 2016), hal. 174

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



informasi, memperluas wawasan anak muda (mahasiswa), memperluas jaringan pertemanan, perkuat komunikasi antara kerabat dan teman, perluas spesialisasi dan banyak lagi.

Mahasiswa adalah generasi bangsa penentang bangsa ini. Pemerintah ini membutuhkan rencana yang memungkinkan perubahan sosial yang meluas. Peran mahasiswa sebagai sumber perubahan dan pengaruh sosial menginstruksikan kaum perempuan untuk mempersiapkan tikar dan pedullinya dengan memperhatikan sesamanya. Pemanfaatan media sosial seperti tiktok di komunitas mahasiswa adalah contoh utama bagaimana fenomena dan peran mahasiswa di masyarakat terus terjalin dengan teknologi.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adanya mahasiswa yang menggunakan tiktok
2. Adanya mahasiswa yang berperilaku konsumtif dalam penggunaan tiktok

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan dengan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah?

### **D. Batasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan di fakultas dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dan penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif fakultas dakwah pada angkatan tahun 2020 s/d 2021

### **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan dengan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Adapun beberapa kegunaan dari riset ini bisa diketahui dari 2 sudut pandang yakni secara teoritis dan secara praktis.

- a. Secara teoritis memberikan informasi, wawasan dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.
- b. Secara praktisnya, penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :
  1. Dapat mengetahui perilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi tiktok
  2. Sebagai bahan atau metode yang dapat mengembangkan perilaku konsumtif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Perilaku Konsumtif

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif mengacu pada aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa menetapkan prioritas atau mempertimbangkan faktor-faktor yang berhubungan dengan kebutuhan. Menurut Fromm (2008), ciri konsumsi adalah ketidakmampuan untuk memahami tujuan dari barang yang dikonsumsinya, yang mengakibatkan konsumen tidak memiliki keinginan untuk membeli barang selain yang lebih baru, kualitas yang lebih baik, atau keduanya, dan tidak punya tujuan lain selain mengamati kekayaan, keistimewaan, gengsi, status, atau barang-barang yang menyenangkan.

Menurut Shahjehan (2012), perilaku konsumtif adalah ketika mereka mengkonsumsi barang-barang seperti makanan atau minuman secara sembarangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau irasionalitasnya.

Menurut Tambunan (2001), tujuan konsumsi adalah agar seseorang mencapai kebahagiaan melalui konsumsi barang atau jasa yang tidak mutlak diperlukan.

Ancok menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumtif tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Menurut Sumartono, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu tindakan ketika suatu produk digunakan secara tidak terbatas. Dengan kata lain, meskipun produk tertentu belum dibuat, seseorang telah menggunakan produk serupa dari pabrikan lain, membeli barang karena ancaman bencana, atau membeli produk tertentu karena banyak orang menggunakannya.

Sedangkan Lubis berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan

karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Menurut Fromm, pengertian konsumsi kompulsif adalah ketidakmampuan untuk mengonsumsi barang tanpa memahami tujuan penggunaannya, yang mengakibatkan kurangnya keinginan untuk membeli barang selain yang lebih baru, lebih berkualitas, atau lebih murah, serta kurangnya motivasi untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti kekayaan, keistimewaan, gengsi, status, dan hal-hal yang menyinggung.

Perilaku konsumtif menurut Zebua dan Nurdjayadi juga menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya.<sup>8</sup>

## 2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Sumartono mengemukakan aspek-aspek sikap konsumtif merupakan indikator perilaku konsumtif. Adapun indikator perilaku tersebut yaitu:

### a) Pembelian secara impulsif

Pembelian semata-mata dilakukan hanya dengan tiba-tiba kehilangans atau pembelian spontan yang dilakukan tanpa pertimbangan, perencanaan, atau keputusan, yang dilakukan atas dasar pembelian dan tidak mempertimbangkan manfaat atau kegunaan dari pembelian tersebut.

### b) Pembelian secara tidak rasional

Pembelian yang lebih bermuatan emosi karena tidak adanya keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain atau menjadi sama dengan mereka, serta adanya rasa bangga persaan lebih bersifat emosional.

### c) Pemborosan (wasteful buying)

Pembelian yang lebih mendalam dalam menonjolkan kebutuhan dari segi kebutuhan mengakibatkan seseorang menggunakan uang untuk berbagai kebutuhan yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya.

<sup>8</sup>Zebua, A.S dan Nudjayadi, R.D, *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*, Jurnal Phronesis, Volume 3, No.6, hal.72-82



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

## d) Status

Status pembelian tertentu memperoleh atas dasar keinginan. Fromm menyatakan bahwa sikap masyarakat umum terhadap produk yang dikonsumsi telah berubah. Saat ini, masyarakat umum menganut gagasan bahwa "baru itu indah". Untuk memahami sepenuhnya keberadaan, seorang individu harus berpartisipasi aktif dalam tren apa pun saat ini. Dibandingkan dengan versi yang lebih lama, versi yang lebih baru dari item yang sama lebih menguntungkan dan menarik. Barang-barang yang dimiliki setiap individu berfungsi untuk mewakili posisi mereka di seluruh komunitas.<sup>9</sup>

### 3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (dalam Meike dan Totok, 2016) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain :

## a) Kebudayaan

Kreativitas yang dipuji oleh generasi sebelumnya dan memajukan perjuangan yang sedang berlangsung. Kebudayaan juga dapat memperparah tinnitus seseorang ketika sedang melakukan transaksi.

## b) Kelas Sosial

Berdasarkan minat, nilai, dan perilaku yang serupa, populasi umum dijelaskan. Interaksi yang terjadi dalam kelompok sosial dapat mendidik orang tentang uang dan hubungan, yang akan memajukan konsumerisme.

## c) Kelompok Referensi

Setiap perilaku individu dapat dimodifikasi oleh kelompok. Kelompok referensi memiliki keuntungan yang kuat saat terlibat dalam konsumerisme karena akan mereduksi kepribadian dan perilaku.

## d) Situasi

Perilaku konsumsi berdampak negatif terhadap keadaan pikiran dan kondisi setiap orang. Jika seseorang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan apa pun yang muncul dengan cara yang tidak dipikirkan, mereka akan mengalami kegembiraan dan kedamaian.

<sup>9</sup>Shinta Fadhillah Widriyani, *Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif*, Jurnal, hal. 376

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## e) Keluarga

Untuk membeli atau menggunakan suatu produk, seseorang harus mempertimbangkan dan mematuhi niat pembeli. Selain itu, sekelompok orang mungkin memiliki hambatan yang sangat kuat ketika terlibat dalam konsumsi sehingga mereka dapat menekan keinginan untuk membeli dengan lebih efektif.

## f) Kepribadian

Kebijaksanaan internal seseorang dapat ditemukan di sana dan dapat meningkatkan keinginan untuk terlibat dalam perilaku berisiko. Menurut Horney, ada tiga kategori tipikal manusia, termasuk keluhan, agresi, dan detasemen. Pengaduan adalah pernyataan yang berisi klaim bahwa seseorang telah melukai orang lain. Definisi agresivitas adalah perilaku yang memiliki motif apapun untuk melakukan tekanan. Terpisah adalah cara hidup yang memiliki keinginan terus-menerus untuk menyendiri, mandiri, dan meninggikan diri sendiri.

## g) Konsep Diri

Setiap orang memiliki penyesalan dan rasa bersalahnya sendiri saat membeli dan menggunakan barang atau jasa. Karena kemampuannya untuk mewakili simbol, harga diri dapat menghambat seseorang ketika mereka melakukan konsumsi. Simbol tersebut di atas didasarkan pada harga atau status sosial seseorang.

## h) Motivasi

Salah satu yang mencegah seseorang dari membeli barang atau menggunakan layanan. Ada dua tujuan untuk semuanya: tujuan utilitarian dan tujuan ekspresif, seperti tujuan artistik. Berbeda dengan kebutuhan ekspresif atau hedonik yang dimotivasi oleh faktor psikologis seperti puas, gengsi, emosi, dan persaaan subjektif lainnya, konsumsi utilitarian didorong oleh konsumen yang mengamati manfaat dan karakteristik produk.

## i) Pengalaman

Belajar Tindakan yang dilaksanakan dari diskusi pengumpulan informasi dan pembelajaran di kelas. Kemampuan belajar kognitif dan praktis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dapat diklasifikasikan sebagai kategori kemampuan belajar. Pengertian kemampuan belajar kognitif adalah seseorang yang memiliki kapasitas untuk belajar melalui peningkatan proses mentalnya ketika mempelajari informasi baru sehingga mampu memahaminya dengan jelas. Seseorang dengan kapasitas belajar perilaku memiliki kapasitas belajar yang dipengaruhi oleh lingkungan atau rangsangan dari luar.

#### j) Gaya Hidup

Rutinitas dan proyek individu dilakukan dengan menggunakan waktu dan uang. Setiap orang terlibat dalam aktivitas konsumeris untuk mengejar kehidupan yang memuaskan. Kegiatan, minat, dan pendapat dalam interaksi dengan flora dan fauna terdekat dapat mengungkapkan prinsip panduan pribadi seseorang untuk hidup.<sup>10</sup>

Menurut Suyasa dan Fransisca (2005) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi dengan munculnya faktor sebagai berikut :

#### a. Hadirnya Iklan

Setiap iklan berfungsi untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk yang ditawarkan dan untuk mendorong konsumsi barang bukan atas dasar kebutuhan atau pertimbangan lain. Ikon membuat siapa pun dapat menemukan informasi dengan mudah sehingga frekuensi, durasi, atau intensitas penggunaan media mereka dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk terlibat dalam konsumsi yang menguntungkan.

#### b. Konformitas

Keinginan seseorang saat terlibat dalam pengambilan risiko untuk diakui di dalam kelompok tertentu. Setiap orang terlibat dalam perilaku konsumen sebagai akibat berinteraksi dengan sesuatu yang sekarang populer di lingkungannya.

<sup>10</sup>Shinta Fadhillah Widriyani, *Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif*, Jurnal, hal.383



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## c. Gaya Hidup

Munculnya perubahan gaya hidup diperlukan untuk meningkatkan status sosial seseorang. Setiap orang berbisnis untuk mengangkat status sosialnya dan mendapatkan gengsi (gengsi).

## d. Kartu Kredit

Adanya fasilitas kredit apa pun dapat digunakan saat melakukan pembelian tanpa perlu pembayaran di muka. Saat ini, transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan kartu kredit, baik pembelian secara offline maupun internet.

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Neka Fitriyah, 2013) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh:

## a. Faktor Internal

## a) Kepribadian, Demografi, dan Gaya Hidup.

Kepribadian merupakan tanggapan terhadap rangsangan perilaku. Demografi adalah pasar konsumen yang dapat diidentifikasi melalui pendidikan, pendapatan, dan usia. Gaya hidup merupakan cara kerja seseorang dalam menjalankan hidup.

## b) Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan individu terhadap dirinya sendiri.

## c) Pengetahuan

Pengetahuan adalah pengalaman individu dalam memperoleh informasi dari bersosialisasi dengan lingkungannya.

## b. Faktor Eksternal

## a) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan perbedaan sikap dan perilaku yang dapat dilihat dari status ekonomi dan sosial.

## b) Keluarga

Lingkungan terpenting bagi anak sehingga dalam melakukan konsumsi mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- c) Kebudayaan  
Kebudayaan merupakan aktivitas masyarakat yang masih berpacu pada sistem nilai dan norma yang berlaku.
- d) Pengaruh Teman Sebaya  
Seseorang berperilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh hubungan sosial antar individu yang memiliki gaya hidup konsumtif.
- e) Situasi  
Situasi adalah waktu dan tempat tertentu yang mempengaruhi perilaku konsumtif

#### 4. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif terdapat beberapa indikator menurut Sumartono (2002) yaitu :

- a. Membeli Barang karena Hadiah  
Penjual yang menawarkan hadiah dapat meyakinkan pelanggan untuk membeli barang tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan manfaat barang tersebut.
- b. Membeli Barang Karena Kemasan Menarik  
Kemasan Menarik memiliki daya tarik tetap sehingga siapapun dapat membelinya dengan mudah.
- c. Membeli Barang Demi Menjaga Penampilan Diri dan Gengsi Menjaga  
Satu-satunya cara yang paling umum bagi seseorang untuk membeli sesuatu tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan manfaatnya adalah melalui penampilan dan gengsi.
- d. Membeli Barang atas Pertimbangan Harga  
Untuk dapat membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu dilakukan negosiasi harga. Ini juga merupakan praktik umum bagi orang untuk melihat harga produk tanpa mempertimbangkan manfaat dari produk itu sendiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- e. Membeli Barang untuk Menjaga Simbol Status  
Seseorang yang mengkonsumsi barang premium atau produk lain untuk memberikan atau memperoleh simbol status bukan karena mereka benar-benar membutuhkan barang tersebut.
- f. Membeli Barang karena Unsur Konformitas  
Seseorang membeli atau membeli item yang sedang tren setelah melibatkan warga komunitas terdekat.
- g. Membeli Barang Mahal untuk Memunculkan Rasa Percaya Diri  
Pembelian seseorang atas suatu produk dengan harga yang diminta tinggi dimotivasi oleh persepsi pribadi mereka sendiri tentang nilai mereka sendiri.
- h. Membeli Lebih dari Satu Barang  
Seseorang melakukan pemborosan sebagai akibat dari membeli barang yang manfaatnya setara dengan barang yang manfaatnya berbeda.<sup>11</sup>

## B. Intensitas Penggunaan Tiktok

### 1. Pengertian Intensitas Penggunaan Tiktok

Intensitas adalah kualitas yang mempengaruhi objek apa pun, baik itu fisik, mental, atau emosional, sedangkan intensitas kata bahasa Inggris adalah kualitas yang mengacu pada aspek kuantitatif dari suatu situasi di mana ada banyak perhatian yang diberikan pada aktivitas atau aktivitas tertentu. kesejahteraan individu.

Dalam Kamus Psikologi, istilah intensitas (intensitas) digunakan untuk menggambarkan kualitas fundamental dari setiap perilaku tertentu yang sedang dilakukan (Reber & Reber, 2010). Sejalan dengan itu, Kartono dan Gulo (2000) menegaskan bahwa intensitas merupakan fungsi dari jumlah energi yang diperlukan untuk menggerakkan suatu objek tertentu, baik itu besaran fisik maupun perilaku tertentu. Sebaliknya, Chaplin (2004) mendefinisikan intensitas sebagai perumpamaan kuantitatif untuk peginderaan tertentu yang

<sup>11</sup> Luluk Fauziah, *Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*, Semarang: 2020, hal. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berhubungan dengan intensitas pangsang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas digambarkan sebagai 'keadaan tingkatan' atau 'keadaan yang intens' (Depdiknas, 2008)

Menurut Tubbs and Moss (Sukmaraga, 2018), intensitas dipengaruhi oleh kuantitas waktu yang diberikan untuk menyelesaikan suatu tugas. Jumlah waktu yang dimaksud dapat ditentukan berdasarkan durasi aktivitas individu maupun frekuensi aktivitas tersebut (Tubb & Moss dalam Sukmaraga, 2018). Menindaklanjuti hal tersebut, Andarwati dan Sankarto (2005) juga menyatakan bahwa intensitas ditentukan oleh banyaknya waktu yang dibutuhkan dan frekuensi pelaksanaan perilaku tertentu. Sementara frekuensi didefinisikan sebagai berapa kali sesuatu terjadi dalam jangka waktu tertentu, durasi didefinisikan sebagai jumlah jam yang dihabiskan seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu.<sup>12</sup>

Intensitas menurut Azwar (1998) merupakan kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat dikatakan sebagai bentuk perhatian dan ketertarikan seseorang berdasarkan kualitas dan kuantitas yang ditunjuk individu tersebut.<sup>13</sup>

Tiktok merupakan media sosial berbasis video yang menyajikan hiburan bagi penggunanya, dimana didalamnya dapat memberikan special effect yang unik dan menarik serta didukung dengan pilihan music yang banyak dengan durasi waktu 15-60 detik (Saputra et al, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas kesimpulan yang dapat ditarik adalah intensitas melihat tiktok merupakan kuantitas perhatian dan

<sup>12</sup> Alexandra Ristiani Jovinkho, *Hubungan Antara Intensitas Menonton Tiktok dengan Tingkat Agresivitas pada Remaja Awal (Studi Korelasi pada Siswa-Siswi SMA Pangudi Luhur Sedayu)*, Yogyakarta, 2022. hal.18-19

<sup>13</sup> Saifuddin Zuhri, *Pengaruh Intensitas engakses Online Shop Di Media Sosial dan Inensitas Menggunakan Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surakarta*, Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Antropologi Vol. 5 No. 1 Tahun 202, hal. 36-52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ketertarikan seseorang dalam melihat tiktok dimana dapat dilihat dari durasi serta frekuensi dalam menggunakan aplikasi tiktok.

## 2. Pengertian Tiktok

Tiktok merupakan jejaring sosial dan video music yang telah diluncurkan semenjak 2017 (Ahmad Fauzan, 2021). TikTok merupakan aplikasi yang telah dikembangkan oleh ByteDance China yang bergerak di bidang teknologi. TikTok dapat diunduh melalui app store, google play, aplikasi android dan lainnya oleh para penggunanya. Lebih dari 500 juta kali aplikasi tiktok telah diunduh, dan telah mencapai 10 miliar pemirsa video harian yang mana pengguna terbesar berada di USA dan Inggris Raya. Tiktok menjadikan ponsel pengguna seperti studio berjalan, dimana pengguna bisa berinteraksi melalui konten video yang berdurasi kurang lebih 15 detik. Video yang disajikan di dalam tiktok juga bervariasi, dimana aplikasi ini menghadirkan berbagai efek yang dapat digunakan pengguna untuk berkreasi. Sehingga tiktok juga memungkinkan para kreator untuk mengembangkan bakatnya tanpa batas.<sup>14</sup>

Aplikasi TikTok pada 2018 pernah diblokir oleh pihak kominfo, namun di era sekarang ini tiktok menjadi sebuah budaya yang sangat populer di kalangan orang Indonesia.<sup>15</sup> Budaya populer itu juga dibangun melalui beberapa konteks yaitu budaya yang dibangun atas kesenangan yang tidak substansial dan meringankan orang dari rasa jenuh yang telah bekerja seharian, budaya populer yang menghancurkan budaya tradisional, budaya menjadi masalah perspektif ekonomi, budaya dan budaya yang populer Marx yang berasal dari atas (dikutip oleh Togi Prima, 2020 dari Bungin, 2008). Mahanani mengatakan bahwa budaya populer itu juga memiliki karakteristik sendiri, yaitu budaya populer yang menciptakan suatu

<sup>14</sup> Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahada dan Suara Indonesia*, ISBN : 978-602-6779-21-2

<sup>15</sup> [https://kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tiktok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tiktok-hanya-sementara/0/sorotan_media) (diakses pada tanggal 03 Agustus 2023 pukul 11.38 Wib)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tren, budaya populer yang memiliki bentuk seragam, beradaptasi dengan baik sehingga bisa dinikmati oleh publik secara luas, dapat digantikan ketika masyarakat terganggu oleh budaya populer tersebut, daya tahan mengikuti selera masyarakat, terdapat keuntungan yang diperoleh, dapat memperoleh kesenangan dan gangguan ketika menikmatinya (Togi Prima, 2020).

Menurut Yang Zhao & Ma (Togi Prima, 2020), TikTok bisa menjadi budaya populer di Indonesia karena adanya beberapa alasan yaitu:

- a. Video pendek yang mendekati kehidupan nyata serta situasi umum, dimana biasanya dibuat oleh para kreator yang mempunyai kedekatan terhadap realitas masyarakat, berbalut dengan hiburan, fashion dan lain untuk menarik audiens.
- b. Layanan video pendek yang sederhana, dimana kreator bebas membuat video berdurasi pendek sekita 15 detik- 1 menit yang memudahkan kreator membuat kontennya dan memilih lagu yang diinginkan.
- c. Antar muka aplikasi yang friendly, dimana tiktok menyediakan kepada pengguna tiktok untuk memilih antar muka music sendiri, menambahkan efek, gerak lambat pada video mereka.
- d. Tingkat produksi yang canggih, menerapkan fungsi mendorong konten yang diproduksi secara akurat yang sesuai dengan preferensi serta kebutuhan.
- e. Kebebasan untuk pengguna, masyarakat dapat dengan mudah mengekspresikan diri serta mengabadikan kegiatan sehari-hari.
- f. Membahas trend saat ini, pengguna tiktok mengikuti perkembangan trend yang sedang berlangsung di saat ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- g. Pemasaran yang menarik, meningkatkan konten yang menyenangkan serta dapat berkontribusi pada penyebaran video dengan secara cepat.<sup>16</sup>

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang menawarkan kepada penggunanya tempat untuk mengekspresikan diri dan berkreasi melalui media sosial. Pengguna Tiktok ini kebanyakan adalah remaja dan dewasa muda (berusia sekitar 16-24 tahun). Di mana mereka adalah salah satu audiens yang baik untuk pemasaran di tiktok, yang merupakan pemasaran produk yang sangat mungkin. Tiktok merupakan *social resource* berbasis video yang memberikan hiburan kepada penggunanya dimana dapat memberikan special effect yang unik dan menarik serta didukung dengan berbagai musik dengan durasi 15-60 detik.

Seperti media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube dan Facebook, aplikasi tiktok juga menghadirkan fitur baru yaitu Tiktok For Business sebagai bentuk inovasi dan uji coba aplikasi tiktok untuk diterapkan oleh para pelaku bisnis. Peluang baru bagi tiktok untuk memperkenalkan beberapa fitur baru, salah satunya mulai menembus pasar elektronik dengan menambahkan kemampuan *e-commerce*. Selain tiktok untuk penggunaan komersial, tiktok saat ini menambahkan tautan ke situs web *e-niaga* di bio profil. Layanan ini mirip dengan Instagram di bagian profile, di mana pengguna lain bisa membuka link dan langsung menuju website terkait. Hal ini memungkinkan calon pembeli untuk langsung melihat toko online pengguna.

Pemanfaatan media sosial seperti tiktok membantu perusahaan, merchant atau toko online mencapai tujuannya sebagai sarana periklanan, lingkungan dan sebagai sarana untuk meningkatkan citra institusi di mata publik. Fenomena aplikasi tiktok sangat erat kaitannya dengan citra yang dilihat seseorang terhadap dirinya sendiri. Karena dengan aplikasi tiktok,

<sup>16</sup> Trie Damayanti, Ilham Gemiharto, *Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Vidio Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia*, Jurnal Budi Luhur no. 809 (diakses pada tanggal 03 Agustus 2023 pukul 11.45)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

semua orang ingin menunjukkan sisi terbaiknya. Jadi kesan orang lain tentang dia bisa positif jika aplikasi tiktok dilakukan dengan benar. Ini menimbulkan dalam dirinya keinginan untuk melakukan dan mencapai apapun yang dia inginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu seseorang dapat lebih banyak mengungkapkan pendapatnya melalui aplikasi tiktok. Ketika kita bisa menggunakan media sosial, kita mendapatkan banyak manfaat dalam hal pemasaran, bisnis, menjalin koneksi, membina pertemanan, dll. Namun jika kita yang secara langsung atau tidak langsung tereksplorasi oleh media sosial, akan banyak kerugian seperti kecanduan, sulit dihadapi di dunia nyata.

#### a. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Mulyana, ada dua faktor yakni internal dan eksternal yang ikut berperan saat menggunakan aplikasi tiktok. Faktor internal meliputi perasaan, sikap dan karakteristik individu, ketenangan, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, kesehatan jasmani, serta motivasi dan kebutuhan. Faktor eksternal berupa latar belakang keluarga, informasi yang diberikan, pengetahuan dan kebutuhan di atas, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familier, atau ketidakpuasan suatu objek.<sup>17</sup>

##### 1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu, seperti perasaan. Menurut Ahmadi, perasaan adalah kasus kerohanian keadaan atau kejiwaan peristiwa tertentu yang kita pahami dengan perasaan gembira atau tidak gembira dalam interaksi kita dengan peristiwa umum dan khusus subjek. Menurut Ahmadi, penggunaan aplikasi tiktok terkendala faktor internal yang merajalela. Karena jika seseorang tidak suka menggunakan aplikasi

<sup>17</sup> Demmy Deriyanto, *Persepsi Mahasiswa U niversitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap TikTok, Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi dan FISIP, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.7 No.2 (2018), hlm.78



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



tiktok atau tidak menyukainya karena alasan lain, kemungkinan besar mereka tidak akan menggunakannya.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan belajar menggunakan media sosial, diantaranya adalah penggunaan aplikasi tiktok. Jadi menggunakan aplikasi tiktok tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk belajar dengan cara berinteraksi dengan orang baru, menggunakan aplikasi tiktok juga dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Kelemahannya adalah menggunakan aplikasi tiktok dapat membuat semua orang merasa malas dan melupakan semua pekerjaan yang seharusnya mereka lakukan.

## 2. Faktor Eksternal

Di aplikasi tiktok, orang mendapatkan informasi dari berbagai video. Nasrullah mengatakan bahwa informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial menciptakan representasi dari identitas tersebut, menghasilkan konten dan berkomunikasi berdasarkan informasi tersebut. Sehingga informasi tersebut sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok. Jika tidak ada yang menerima informasi tiktok, mungkin mereka tidak tahu aplikasi tiktok bahkan untuk menjadi pengguna.

Itu sebabnya dikatakan bahwa pengetahuan sangat penting saat menggunakan aplikasi tiktok. Salah satu dampak media sosial sebagai bagian dari media informasi adalah dapat mempengaruhi informasi. Oleh karena itu, pengetahuan tentang media sosial seperti tiktok juga dapat memengaruhi pengetahuan.<sup>18</sup>

### b. Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok

#### a) Dampak positif

Dampak positif penggunaan aplikasi tiktok bagi siswa adalah sebagai berikut:

<sup>18</sup> Bagus Prianbodo, *Pengaruh Tiktok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*, Skripsi (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018), Hal.2-3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

1. Siswa dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat dibutuhkan di era digital saat ini. Mereka dapat belajar beradaptasi, bersosialisasi dengan masyarakat dan mengelola jaringan pertemanan.
2. Dengan memperluas jaringan pertemanan, semakin mudah bagi siswa untuk berteman dengan orang lain di seluruh dunia, meskipun sebagian besar dari mereka belum pernah bertemu secara langsung.
3. Memberikan informasi lebih kepada siswa tentang berita atau berita yang sedang banyak dibicarakan.
4. Sebagai sarana dakwah dan diskusi mahasiswa mengikuti berbagai komunitas.
5. Siswa dapat bertukar pikiran tentang perkataan orang sehingga dapat lebih baik dalam menanggapi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial seperti aplikasi tiktok memberikan dampak positif bagi penggunaannya, khususnya pelajar. Informasi dan juga dapat meningkatkan persahabatan dengan orang lain.<sup>19</sup>

b) Dampak negatif

Berikut dampak negatif penggunaan aplikasi tiktok terhadap siswa:

1. Waktu belajar berkurang, terlalu lama bermain tiktok akan mengurangi waktu belajarmu.
2. Gangguan kesehatan, melihat layar handphone atau komputer atau laptop secara berlebihan dapat mengganggu kesehatan mata.
3. Siswa menjadi malas, tidak menyelesaikan tugasnya, meninggalkan kewajibannya sebagai orang beragama hanya

<sup>19</sup> Penelitian Dian Dwi Cahyani. Skripsi: “*Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Dalam Interaksi Sosial*”, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

karena selalu ingin mengetahui status temannya, sehingga lebih banyak waktu yang terbuang percuma.

4. Kurangnya interaksi sosial dengan lingkungan. Inilah efek dari terlalu sering dan terlalu lama bermain tiktok yang cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial anak.
5. Dengan menghambur-hamburkan uang, mahasiswa bisa menggunakan uangnya untuk membeli paket internet atau online berjam-jam di warnet.<sup>20</sup>

Selain dampak positifnya, aplikasi tiktok juga memiliki banyak dampak negatif bagi pelajar yang menyalahgunakannya. Efek negatif yang disebutkan di atas pasti akan mempengaruhi siswa yang tidak dapat mengontrol penggunaan aplikasi tiktok.

#### c. Karakteristik Tiktok

Adapun karakteristik dari tiktok ialah:

- a) Dapat di produksi secara individu ataupun kelompok.
- b) *Contentnya* di produksi dalam bentuk video.
- c) Khalayaknya bersifat heterogen di karenakan menggunakan media sosial sehingga khalayaknya tidak dapat diidentifikasi.
- d) Sebagai tempat berinteraksi dengan sesama pengguna.

### C. Hubungan Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa memperhatikan prioritas atau mempertimbangkan kebutuhan yang mendasarinya (Sumartono, 2002). Menurut Suyasa dan Francisca, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit.

Saat ini, pertumbuhan media sosial telah menjadi komponen penting dari setiap aktivitas yang dilakukan oleh individu. Media sosial dapat digunakan untuk berbagi informasi dan terlibat dalam percakapan

<sup>20</sup> Penelitian Dian Dwi Cahyani. Skripsi: “*Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Dalam Interaksi Sosial*”, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan orang lain. Informasi yang diungkapkan oleh individu dapat dilihat dalam bentuk iklan jejaring sosial. Masuknya iklan media sosial dapat mendorong seseorang untuk membeli dan memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi atau ide-ide aneh.

Media sosial dapat diakses dengan cepat dan mudah, sehingga memudahkan masyarakat untuk memahami hal-hal yang tersirat di dalamnya. Banyak orang sering melihat media sosial dan produk, dan ini dapat menyebabkan konsumen tidak mengetahui dengan baik apa yang tersedia.

Menurut penjelasan Windahl tentang teori Uses and Effects (dalam Neti dkk, 2020), penggunaan media dan informasi yang terkandung di dalamnya berpengaruh pada individu. Efek ini akan berdampak negatif pada perilaku konsumen. Satu hal yang terlihat saat seseorang terlibat dalam perilaku konsumtif adalah intensitasnya saat melihat media sosial. Menurut Hidayatun (2011), intensitas penggunaan media sosial menggunakan dasar kualitas dengan bentuk ketertarikan dan perhatian yang dilakukan seseorang serta melibatkan perasaan emosional dalam minat dan penghayatan ketika mengakses atau melihat media sosial.

Fokus dan keseruan yang dirasakan pengguna saat melihat Tiktok bergantung pada seberapa sering dan berapa lama mereka menggunakan aplikasi Tiktok. Menurut Christiany (Neti et al., 2020), frekuensi dan penggunaan media sosial keduanya lebih sering ketika masing-masing melebihi 4 hari per minggu dan 3 jam per hari.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial berhubungan dengan perilaku konsumtif, semakin banyak seseorang menggunakan media sosial maka semakin banyak perilaku konsumtif yang dimiliki seseorang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

#### D. Studi Relevan

Ada beberapa prosedur yang dilakukan oleh para analis secara terus menerus yang berhubungan dengan riset yang dilakukan oleh para analis, dan hasil dari prosedur tersebut dapat dijadikan acuan dalam renungan saat ini. Riset dari zaman dahulu dijadikan patokan atau pembanding bagi para sarjana dan sastrawan di kemudian hari. Beberapa kutipan sebelumnya telah dijadikan referensi dan berhubungan langsung dengan penelitian, yaitu:

1. Luluk Fuziah “Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas melihat tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa dengan  $r_{xy}=0,528$  dan  $F_{linier}= 95,665$  dengan taraf signifikansi  $p=0,000$  ( $p>0,05$ ). Persamaan penelitian ini sama-sama mengkaji tentang perilaku konsumtif mahasiswa dan perbedaan penelitian ini yaitu penelitian Luluk Fauziah bertepatan di Universitas Islam Sulthan Agung Semarang. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertepatan di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Endah Rahmawati “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Akun Tiktok Dengan Religiusitas Siswa MAN 02 Kota Bengkulu”, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara penggunaan akun tiktok dengan religiusitas siswa MAN 02 Kota Bengkulu. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan perbedaan penelitian ini yaitu penelitian Endah Rahmawati dilaksanakan di MAN 02 Kota Bengkulu. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertepatan di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Alexandra Ristiani Jovinkho “Hubungan Intensitas Menonton Tiktok dengan Tingkat Agresivitas pada Remaja Awal (Studi Korelasi pada Siswa-Siswi SMA Pangudi Luhur Sedayu)”, hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas menonton tiktok dengan tingkat agresivitas pada remaja awal. Mayoritas intensitas menonton tiktok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

pada remaja awal berada pada kategori rendah dengan persentase 42,70%. Mayoritas tingkat agresivitas pada remaja awal berada pada kategori sangat rendah dengan persentase 56,18%. Persamaan dalam penelitian ini yaitu Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan perbedaan penelitian yaitu penelitian Alexandra Ristiani Jovinkho dilaksanakan di SMA Pangudi Luhur Sedayu. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertepatan di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

4. Penelitian Dwi Putri Robiatul Adawiyah yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri remaja Kabupaten Sampang. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengguna Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Hal ini ditunjukkan dengan taraf signifikansi sebesar 10% yakni nilai  $t$  hitung  $\geq t$  tabel atau  $10,841 \geq 1,660$ . Maka berdasarkan hasil tersebut  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan nilai presentase sebesar 54,5 %, sedangkan untuk 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari Variabel (X) media sosial tiktok. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu penelitian ini membahas tentang hubungan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penelitian terdahulu fokus kajiannya pada kepercayaan diri remaja yang menggunakan akun tiktok.
5. Penelitian Bagus Prianbodo yang berjudul “Pengaruh Tiktok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya aplikasi tiktok terhadap kreativitas remaja Surabaya. Hasil dari penelitian ini menemukan tiktok memiliki pengaruh sebesar 41,6% terhadap tingkat kreativitas remaja Surabaya. Perbedaan penelitian ini membahas tentang hubungan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penelitian Bagus



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

Prianbodo fokus kajiannya pada pengaruh tiktok terhadap kreativitas remaja Surabaya.

### E. Kerangka Berfikir

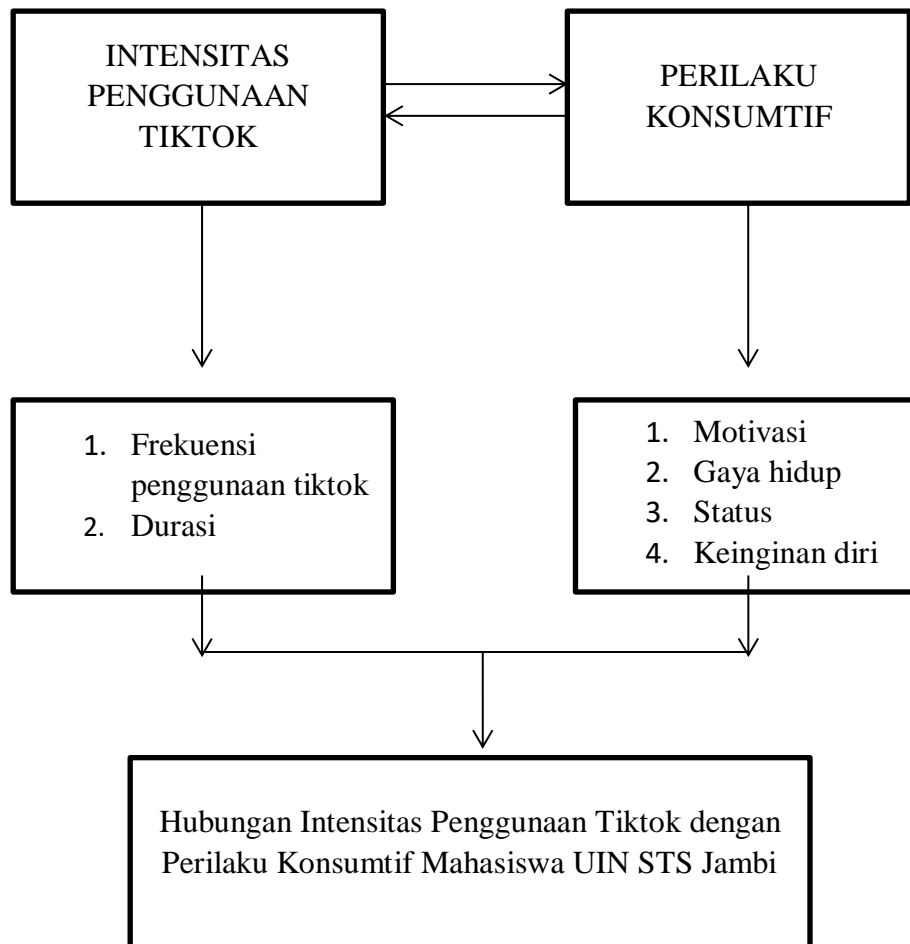
Tiktok adalah aplikasi yang menawarkan efek khusus dan unik yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membuat video menarik dengan mudah yang dapat menarik perhatian banyak orang yang tidak tertarik. Pada saat ini banyak orang yang menggunakan tiktok sebagai media pemasaran dan juga untuk kesenangan diri serta memenuhi kebutuhan masyarakat yang tidak terbatas. Terutama pada mahasiswa sekarang banyak yang berbelanja menggunakan aplikasi tiktok karena tertarik dengan berbagai promosi barang dan iklan yang ada. Jadi dapat disimpulkan apabila semakin sering mahasiswa menggunakan tiktok maka dapat menimbulkan perilaku konsumtif mahasiswa.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah, dimana rumusan masalah sudah diekspresikan dalam bentuk pertanyaan. Sebaliknya, karena informasi yang diberikan pertama kali didasarkan pada fakta empiris yang ditemukan melalui pengumpulan data, maka pernyataan tersebut benar adanya.

Hipotesis dapat juga disebut sebagai pernyataan teoretis mengenai sifat masalah yang dihadapi, sedangkan itu bukan pernyataan empiris (Sugiono, 2010; 96).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah.

Uji hipotesis:

1. Hipotesis ( $H_a$  : Ada hubungan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi)
2. Hipotesis ( $H_0$ : Tidak ada hubungan intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Dilaksanakan pada tanggal 10 Maret s/d 10 Juni 2023. Tempat ini dipilih menjadi tempat penelitian karena terdapat masalah mengenai intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah.

### B. Jenis Analisis Penelitian

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sutjana dan lain-lain (2017:62), pendekatan kualitatif biasanya berupa pengujian teoritis, menggunakan instrumen (kuesioner), mengolah data berdasarkan angka atau penjumlahan untuk menarik kesimpulan secara deduktif atau dari umum ke khusus. Kesimpulan adalah konfirmasi atau sanggahan dari suatu teori. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif adalah penelitian yang tujuannya untuk menguji kebenaran suatu teori, mempelajari hubungan antara dua variabel melalui instrumen penelitian, pengolahan data berupa angka ditangani melalui metode statistik.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *expost-facto*. Menurut Sugiono, pendekatan *ex-post facto* adalah penelitian yang mengkaji hubungan sebab akibat tanpa dilakukan manipulasi atau manipulasi oleh peneliti sendiri. Hubungan sebab akibat dipelajari untuk program, kegiatan atau peristiwa yang sedang berlangsung atau telah terjadi (Dhian Tyas Untari 2018: 5). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumsi mahasiswa.

Menurut Sugiyono, pengertian penelitian kuantitatif adalah “angka-angka dan analisis- analisis dengan menggunakan statistik”. Menurut Zen Amiruddin, ini adalah “penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan menggunakan lembar kerja untuk pertanyaan struktural yang dijawab

berdasarkan data, diikuti dengan pengumpulan data kuantitatif.”<sup>21</sup> Namun menurut Ahmad Tanzeh dan Suyitno, pengertian penelitian kuantitatif adalah “penelitian yang menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk kualitatif atau kuantitatif dan menggunakan statistik untuk itu”.<sup>22</sup> Dengan kata lain, dalam penelitian kuantitatif, peneliti memulai dengan sebuah teori (yaitu “menguji sebuah teori”), kemudian menyajikan data dalam format yang bersudut, dan menyimpulkan dengan teori yang telah ditetapkan.

Analisis kuantitatif cukup kuat terhadap data. Data yang digunakan hanyalah hasil dari penyelidikan. Oleh karena itu, statistik dianggap sangat penting dalam analisis penelitian ini sebagai alat untuk melakukan analisis rahang atas masalah apa pun.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek dengan ciri dan ciri tertentu yang telah dikemukakan oleh siswa untuk dipelajari dan dari situ ditarik kesimpulan. Menurut Sutja dan kawan-kawan (2017:64), populasi adalah luas atau luasnya keberadaan yang dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono menjelaskan bahwa generalisasi populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari objek atau subobjek dengan makna dan ciri tertentu yang telah diidentifikasi oleh populasi kemudian diteliti lebih detail. Arikunto (2010:173) “Populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti” sedangkan menurut Sugiyono (2009:117) “Populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek/subjek dengan ciri dan sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditemukan kemudian ditarik kesimpulannya.”

<sup>21</sup> Amiruddin, *Statistik Pendidikan*, (yogyakarta: teras, 2010), hal 1

<sup>22</sup> Tanzeh dan Suyitno, “*Dasar-Dasar Penelitian*”, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama Dan Filsafat (eLKAF), 2006), hal 45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan dari objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Populasi penelitian ini merupakan keseluruhan kelompok yang terdiri dari subjek, objek, karakteristik yang terdapat pada penelitian dan kemudian ditarik kesimpulan pada penelitian ini populasinya adalah seluruh mahasiswa jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam tahun angkatan 2020 dan 2021.

**Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun Ajaran 2020 dan 2021.**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Tahun 2020		Total
		Genap	Ganjil	
1	Bimbingan dan Penyuluhan Islam	163	215	378
2	Komunikasi dan Penyiaran Islam	228	276	504
3	Jurnalistik Islam	96	103	199
4	Manajemen Dakwah	47	50	97

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Tahun 2021		Total
		Genap	Ganjil	
1	Bimbingan dan Penyuluhan Islam	145	166	311
2	Komunikasi dan Penyiaran Islam	218	241	459
3	Jurnalistik Islam	81	112	193
4	Manajemen Dakwah	66	68	134

(Sumber: Tata Usaha UIN Sulthan Thaha Syaifudin Jambi)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah sifat dalam populasi. Sutjana (2017: 66) menyatakan bahwa alasan pengambilan sampel yang dapat diterima adalah: 1) populasinya besar dan sulit diakses, 2) biayanya tinggi, 3) pengumpulannya memakan waktu lama.

Menurut Arikunto (2010:174) “Sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Hal ini sejalan dengan pendapat Sudjana yang menyatakan bahwa “sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi”. Sampel dalam penelitian ini adalah beberapa siswa yang dianggap mewakili populasi. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling.

Sampel dapat digunakan jika kondisi populasi sangat homogen. Dengan kata lain, sampel seluruhnya mewakili karakteristik populasi umum juga harus tercermin dalam sampel yang dipilih. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel acak (randomization), yaitu suatu metode pemilihan sampel individu secara acak atau tidak pandang bulu dari suatu populasi. Jadi dalam teknik ini semua individu dalam populasi, baik secara individu maupun kolektif, diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, karena jumlah populasi mahasiswa angkatan tahun 2020 dan 2021 kurang dari 1000 orang. Rumus yang digunakan ialah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan:

n = sampel

N= populasi

e = tingkat kesalahan, untuk penelitian kuantitatif menggunakan tingkat 10%



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

#### D. Variabel

Dalam setiap penelitian, perhatian harus dipusatkan pada topik yang akan dipelajari, yaitu objek penelitian. Menurut Zen Amiruddin, variabel adalah “sesuatu yang menarik, berfungsi sebagai pusat perhatian”. Menurut Suharsim Arikunto, “objek penelitian atau yang menjadi fokus penelitian” adalah variabel dalam istilah “penelitian”. Ada dua variabel dalam penelitian ini:

##### 1. Variabel bebas (independent).

Menurut Burhan Bungin, variabel yang bebas adalah yang “menentukan arah at atau perubahan tertentu terhadap variabel yang tergantung, sedangkan variabel yang bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan tiktok”.<sup>23</sup>

##### 2. Variabel terikat (dependent)

Variable terikat adalah "variabel yang hilang atau yang muncul sebagai akibat dari adanya variabel bebas." Satu-satunya variabel yang ditentukan dalam analisis ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa.

#### E. Instrumen Penelitian

Diperlukan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data agar dapat menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah ditetapkan. Peralatan ini disebut sebagai instrumen.

Menurut Sugiyono, tujuan instrumen tersebut adalah untuk "memantau fenomena sosial dan psikologis yang dianalisis".<sup>24</sup> Dari bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen adalah alat yang digunakan peneliti untuk membuat proses pengumpulan data menjadi lebih sistematis dan user-friendly. Alat penelitian yang sangat penting berkaitan dengan bagaimana dan apa yang perlu dilakukan untuk menggali informasi dari lapangan. Alat yang digunakan peneliti adalah :

<sup>23</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta Ilmu Lainnya*, (Kencana: Jakarta, 2005), hlm. 108

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 118

1. Angket
2. Pedoman dokumentasi

Dari keempat instrument di atas, yang disajikan instrument utama dan pokok adalah angket, sedangkan instrument lainnya merupakan pelengkap untuk memperkuat dan mendukung data yang diperoleh melalui angket.

a) Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun dengan mengadaptasi dari Zinti Munazzah (2016) berdasarkan aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Miranda dan Lubis, 2017) yakni pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, pembelian boros atau berlebihan. Skala perilaku konsumtif mempunyai 30 aitem yang berdaya beda tinggi kisaran antara 0,346 – 0,639 dan reabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,891. Berdasarkan aspek tersebut disusun blueprint skala perilaku konsumtif sebagai berikut.

**Table 3.2 Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>	
1.	Pembelian impulsif	5	5	10
2.	Pembelian tidak rasional	5	5	10
3.	Pembelian boros atau Berlebihan	5	5	10
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

Skala perilaku konsumtif memiliki empat model pilihan jawaban, yakni Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS). Skala perilaku konsumtif terdiri dari aitem favorabel dan unfavorabel. Aitem favorabel adalah dukungan pernyataan terhadap aspek yang akan diungkap, sedangkan aitem unfavorabel adalah tidak adanya dukungan pernyataan terhadap aspek yang akan diungkap. Skala penelitian ini adalah skala subjek. Metode yang dilakukan dengan meninjau subjek dan memiliki tujuan untuk meletakkan individu dikontinum penelitian agar memiliki kedudukan yang relatif sehingga atribut yang diukur bisa diperoleh disebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

skala subjek (Azwar, 2012).

Penilaian yang diberikan pada aitem favorabel antara lain Sangat Sesuai (SS) mendapatkan skor empat, Sesuai (S) mendapatkan skor tiga, Tidak Sesuai (TS) mendapatkan skor dua, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapatkan skor satu. Sedangkan aitem unfavorabel memberikan penilaian apabila jawaban Sangat Sesuai (SS) mendapatkan skor satu, Sesuai (S) mendapatkan skor dua, Tidak Sesuai (TS) mendapatkan skor tiga, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapatkan skor empat. Skor total yang diperoleh dapat melihat tinggi rendahnya skala perilaku konsumtif. Taraf skor perilaku konsumtif menghasilkan nilai tinggi maka perilaku konsumtif juga tinggi begitu pun sebaliknya.

#### b) Intensitas Melihat TikTok

Skala intensitas melihat tiktok dalam penelitian ini menggunakan susunan berdasarkan aspek intensitas menurut Ajzen (2005) yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi. Berdasarkan aspek tersebut disusun blueprint skala intensitas melihat tiktok sebagai berikut.

**Tabel 3.3 Skala Intensitas Penggunaan Tiktok**

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>	
1.	Perhatian	4	4	8
2.	Penghayatan	4	4	8
3.	Durasi	4	4	8
4.	Frekuensi	4	4	8
	<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

Skala perilaku konsumtif memiliki empat model pilihan jawaban, yakni Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS). Skala perilaku konsumtif terdiri dari aitem favorabel dan unfavorabel. Aitem favorabel adalah dukungan pernyataan terhadap aspek yang akan diungkap, sedangkan aitem unfavorabel adalah tidak adanya dukungan pernyataan terhadap aspek yang akan diungkap. Skala penelitian ini adalah skala subjek. Metode yang dilakukan dengan meninjau subjek dan memiliki tujuan untuk meletakkan individu dikontinum penelitian agar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



memiliki kedudukan yang relatif sehingga atribut yang diukur bisa diperoleh disebut skala subjek (Azwar, 2012).

Penilaian yang diberikan pada aitem favorabel antara lain Sangat Sesuai (SS) mendapatkan skor empat, Sesuai (S) mendapatkan skor tiga, Tidak Sesuai (TS) mendapatkan skor dua, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapatkan skor satu. Sedangkan aitem unfavorabel memberikan penilaian apabila jawaban Sangat Sesuai (SS) mendapatkan skor satu, Sesuai (S) mendapatkan skor dua, Tidak Sesuai (TS) mendapatkan skor tiga, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapatkan skor empat. Skor total yang diperoleh dapat melihat tinggi rendahnya skala perilaku konsumtif. Taraf skor intensitas melihat tiktok memperoleh nilai tinggi maka intensitas melihat tiktok juga tinggi begitu pun sebaliknya.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

##### a. Angket

Menurut Sugiyono, angket (kuesioner) "merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya". Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, angket adalah "satu dokumen yang berisi daftar pertanyaan tentang masalah tertentu atau bisnis yang akan datang", sedangkan menurut Adsr Rahmat Fathoni, tekniknyanya adalah "teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan/isian) agar isi langsung oleh responden sama dengan apa yang dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapat umum." Menurut burhan bungin angket ada empat (empat) jenis, yaitu:

##### 1. Angket langsung tertutup

Angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## 2. Angket langsung terbuka

Daftar pertanyaan yang dibuat dengan sepenuhnya memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab tentang keadaan yang dialami sendiri, tanpa alternatif jawaban dari peneliti.

## 3. Angket tak langsung tertutup

Dikonstruksi dengan maksud untuk menggali atau merekam data mengenai obyek dan subyek tertentu yang diperlukan, serta data tersebut tidak dimaksudkan mengenai diri responden yang bersangkutan. Sebagai contoh, diterapkan alternatif jawaban agar responden selalu memiliki jawaban yang cocok untuk dipilih.

## 4. Angket tak langsung terbuka

Dikonstruksi dengan ciri-ciri yang sama dengan angket langsung terbuka, serta disediakan kemungkinan atau alternatif jawaban, sehingga responden harus memformulasikan sendiri jawaban yang dipandang sesuai.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis angket langsung tertutup sebab responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dialami oleh responden sendiri serta dalam menjawab responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Hal ini penulis gunakan untuk mendapatkan data-data tentang intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

### a. Dokumentasi

Dokumen dengan kata "dokumen" yang berarti "barang-barang tertulis" adalah dari awal. Pendokumentasian, menurut Suharsimi Arikunto, adalah "cara mencari informasi tentang hal-hal yang sifatnya variabel, seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger, agenda, dan lain-lain". Sebaliknya, menurut Ahmad Tanzeh, dokumentasi memerlukan "pengumpulan data dengan melihat atau mencatat kutipan yang tersedia sebelumnya".<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta: Bina Ilmu, 2004), hal. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Tabel 3.4 Skoring Instrumen**

Pilihan Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Skala ini tersusun atas sejumlah pernyataan positif (menguntungkan) dan negatif (tidak menguntungkan) dan berpedoman pada skala Likert dengan ragam jawaban yang terdiri dari 4 pilihan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Keempat kategori jawaban tersebut kemudian diberi nilai 1-4 sesuai dengan tingkat penolakan dan dukungan. Tujuan penentuan nilai skala adalah untuk memberikan bobot tertinggi pada jawaban yang paling disukai. Jawaban yang disukai adalah tanggapan yang tepat terhadap pernyataan yang disukai dan tanggapan yang tidak tepat terhadap pernyataan yang tidak disukai. Jawaban yang tidak disukai adalah tanggapan yang tepat terhadap pernyataan yang tidak disukai dan tanggapan yang tidak tepat terhadap pernyataan yang disukai.

### G. Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang diisi oleh responden layak atau tidak digunakan untuk mengambil data.

#### 1. Uji Validitas

Menggunakan skala atau tes untuk menentukan validitas suatu klaim disebut sebagai fungsi ukur (Azwar, 2012). Tujuan validasi data untuk mencapai validitas yang tinggi adalah memberikan informasi tentang variabel yang salah sehingga diperoleh data yang akurat (Azwar, 2012).

Validitas penyampaian esai ini adalah validitas isimetrik. Validitas yang mempertimbangkan relevansi dan kelayakan suatu item untuk dapat menjelaskan



indikator kualitas atribut yang sedang ditentukan oleh analisis pakar dikenal dengan validitas item (Azwar, 2012).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan setiap hasil tes pengukuran yang dapat dipercaya (Azwar, 2012). Jika tes yang diberikan masih berlaku dan pengukuran yang dilakukan pada kelompok subjek menghasilkan hasil yang identik, hasil pengukuran dapat diterima (Azwar, 2012). Koefisien reliabilitas dikatakan reliabel jika ketinggian sasaran antara 0,00 dan 1,00 (Azwar, 2012). Keandalan analisis alfa Alpha Cronbach diuji menggunakan SPSS (Statistical Packages for Social Science) versi 26.0. Skala intensitas konsumsi dan tingkat intensitas penggunaan tiktok digunakan pada bagian penelitian ini.

Pengolahan data adalah langkah selanjutnya setelah penggabungan data selesai. Pengumpulan data meliputi proses verifikasi identitas, verifikasi nilai, dan verifikasi bebaran.

### a. Editing

*Editing* yaitu “memeriksa kembali data yang telah dimasukkan responden yang relevan”. *Editing* data adalah proses mengoreksi dan memeriksa kuesioner yang telah dijawab oleh responden apakah sudah dijawab lengkap atau belum, jika sudah dijawab apakah sudah benar. Apabila ada kuesioner yang rusak, maka kuesioner tersebut harus disortir dan tidak diproses lebih lanjut pada tahap pengolahan data.

### b. Coding

*Coding* adalah “memberikan data, simbol, atau kode untuk setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama”. Intinya kuesioner yang telah diedit diberi identitas sehingga memiliki makna dan dapat diolah pada tahap pengolahan data selanjutnya.

### c. Scoring

*Scoring* yaitu “pemberian angka pada lembar jawaban angket untuk setiap mata pelajaran, skor untuk setiap item atau pertanyaan dalam angket ditentukan sesuai kerangka pilihan (option)”. Penulis memeriksa kuesioner dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menghitung skor total dari setiap pertanyaan untuk setiap variabel dan subvariabel. Skor yang telah dijumlahkan inilah yang disebut sebagai data hasil kuesioner.

Tabulasi adalah “memasukkan data pada tabel tertentu dan menyusun angka serta menghitungnya”. Penulis membuat tabel dan memasukkan data hasil kuesioner ke dalamnya sebagai persiapan analisis data melalui penerapan rumus statistik terpilih.

## H. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah pengolahan data selesai, “analisis data merupakan langkah yang sangat kritis dalam penelitian. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakan, apakah analisis statistik atau analisis non statistik.

Analisis data penelitian bertujuan untuk menyederhanakan dan membatasi temuan menjadi satu data yang terorganisir, terstruktur dan lebih bermakna. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan SPSS versi 26.0. Selain memudahkan proses analisis data, SPSS juga membantu peneliti dalam menghindari kesalahan perhitungan.

### 1. Uji Persyaratan Analisis Data

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mendapatkan kepastian tentang data apakah memerlukan distribusi normal agar dapat ditentukan dengan teknik statistik (Sutja et al. 2017:208). Dilihat dari statistik, sifat dan karakteristik populasi berdistribusi normal. Normalitas data merupakan syarat dasar yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik seperti analisis korelasi orang, uji beda rata-rata, analisis varian satu arah dan sebagainya.

Uji normalitas menggunakan alat uji satu sampel Kolmogorov Smirnov (K-S), yaitu alat uji Goodness of Fit yang dilakukan dengan membandingkan skor yang diamati dengan distribusi teoritis tertentu dengan bantuan statistik SPSS. Tes (KS) menentukan apakah skor dalam sampel dapat dianggap berasal dari populasi yang sama dengan distribusi teoretis tertentu. Peneliti mengolah data melalui program SPSS, sehingga kriteria penentuan kurva normal berpedoman pada uji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

signifikansi asimtotik (asyp. Sig.) 0,05. Prosedur uji normalitas dengan melihat kriteria yaitu jika signifikansi  $\geq 0,5$  maka  $H_a$  diterima atau data berdistribusi normal. Jika signifikansi  $\leq 0,5$  maka  $H_o$  ditolak atau data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji Linearita bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sutja dkk 2017: 216). Uji linearitas hanya dapat dilakukan untuk penelitian korelasi dan pengaruh. Uji linearitas dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS statistik. dengan dasar pengambilan keputusan dilihat dari tabel Anova terutama nilai signifikan asyptotik pada Linearity dan deviation from linierity untuk mengetahui nilai probabilitas. Pengujian menggunakan bantuan SPSS 26.0 *for windows* dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf signifikasi 0,05. Output yang dihitung dapat dilihat melalui nilai signifikansi, antara lain: a) apabila nilai signifikansi  $>0,05$ , maka data kedua variabel tidak linier. b) apabila nilai signifikan  $< F$  tabel, maka data kedua variabel linier; b) apabila nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka data kedua variabel tidak linier.

#### 2. Uji Hipotesis

Satu-satunya metode terbaik untuk menentukan titik yang tepat di mana dua variabel berinteraksi adalah teknik korelasi product moment, yang melibatkan perbandingan karakteristik terpenting kedua variabel. Korelasi product moment sering disebut sebagai korelasi pearson sesuai dengan nama orang yang menemukan teknik tersebut. Rumus uji product moment yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r$  : koefisien korelasi Pearson

$N$  : banyak pasangan nilai  $X$  dan  $Y$

$\sum XY$  : jumlah dari hasil kali nilai  $X$  dan nilai  $Y$

$\sum X$  : jumlah nilai  $X$

$\sum Y$  : jumlah nilai  $Y$

$\sum X^2$  : jumlah dari kuadrat nilai  $X$

$\sum Y^2$  : jumlah dari kuadrat nilai  $Y$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Lokasi Penelitian

##### a. Lokasi Fakultas Dakwah

Fakultas Dakwah terletak di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang beralamat di Jl. Lintas Jambi – Muara Bulian KM.16, Simpang Sei Duren, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi, Jambi 36361, Jambi. Tepatnya di belakang Auditorium Auditorium Prof. DR.H.M. Chatib Quzwein, M.A. Fakultas dakwah memiliki tiga gedung yaitu gedung Ibnu Sina, gedung M. Iqbal dan gedung Dekanat.

##### b. Sejarah Fakultas Dakwah

Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada awalnya merupakan salah satu jurusan di Fakultas Ushuluddin (sekarang Fakultas Ushuluddin dan Ilmu Keagamaan), yaitu Jurusan Dakwah yang telah ada sejak berdirinya IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada tanggal 8 September 1967. Saat saya masih kuliah di Fakultas Ushuluddin dan Ilmu Agama UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jurusan Dakwah menjadi jurusan favorit yang menarik minat para calon ulama dakwah dari berbagai daerah di Indonesia, khususnya kabupaten/kota di Provinsi Jambi, bahkan dari luar Provinsi Jambi.

Pendirian Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi merupakan kewajiban Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai akibat dari perubahan bentuk IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi menjadi Universitas Islam Negeri. Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berdiri pada tanggal 20 Juli 2017 berdasarkan Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 21 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dalam Peraturan Menteri Agama yaitu pada Bab II Bagian Kesatu Ayat 2 Pasal 11 Huruf f, Fakultas Dakwah ditetapkan sebagai fakultas mandiri di lingkungan UIN Sulthan Thaha



Saifuddin Jambi. Peraturan Menteri Agama tersebut kemudian diperkuat dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2017 tanggal 26 September 2017 tentang Anggaran Dasar Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, maka Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan susunan organisasi, fungsi dan tugas pokok sebagaimana diatur dalam Bab II Bagian Kesatu Ayat 2 Pasal 12-24 PMA.

Sejak saat itu Fakultas Dakwah resmi berdiri dengan dekan pertama yaitu Samsu, S.Ag., M.Pd.I., Ph.D. dan dekan kedua bernama Dr. Zulqarnain, M.Ag Di bawah pimpinan Samsu, S.Ag., M.Pd.I., Ph.D. sebagai dekan, dengan cepat melakukan pembenahan dari berbagai sisi antara lain menata manajemen perkantoran, mendirikan radio Sulthan Thaha FM, frekuensi 107,7 MHz, mendirikan Klinik Bimbingan Islam, menata kebersihan dan keindahan fakultas, melengkapi sarana prasarana fakultas, menata kurikulum, memantau perkuliahan secara intensif secara berkala, hingga menyusun roadmap pengembangan Fakultas Dakwah, mengelola database administrasi dan fakultas dan lain sebagainya.

### c. Visi Dan Misi Fakultas Dakwah

#### a. Visi

Menghasilkan sumber daya manusia yang siap menjadi mubaligh, konselor, penyiar, dan jurnalis muslim yang mengutamakan kemampuan wirausaha, inovatif, dan syi'ar Islam.

#### b. Misi

- 1) Menumbuh kembangkan minat, bakat, dan potensi mahasiswa dibidang akademik, untuk meraih prestasi pada tingkat lokal, nasional, dan internasional.
- 2) Melakukan penguatan riset terhadap potensi pengembangan keilmuan dan lahirnya calon pendakwah, konselor, penyiar, dan jurnalis yang memiliki kemampuan wirausaha, inovasi, dan syi'ar Islam.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan menekankan kepada peran syi'ar Islam dibidang manajemen dakwah, konseling, penyiaran, dan jurnalisme.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

- 4) Mendorong lahirnya profesi da'i, konselor, penyiar, dan jurnalis muslim sebagai lapangan wirausaha prospektif.
- 5) Menjadikan Fakultas Dakwah sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai tata kelola yang baik.

#### d. Program

- 1) Penataan kurikulum berbasis KKNI dengan penguatan kurikulum fakultas, dan prodi, penguatan pembelajaran, dan praktek-praktek profesi yang mengarah pada kemampuan teoritis dan praktis mahasiswa dalam melahirkan da'i, konselor, penyiar, dan jurnalis Muslim yang memiliki akhlak mulia (akhlakul karimah) sesuai dengan prodi masing-masing.
- 2) Terlaksananya kegiatan pengembangan minat, bakat, dan potensi mahasiswa di bidang akademik.
- 3) Terlaksananya riset dan diseminasi karya ilmiah dosen/mahasiswa, konsorsium dosen, berdirinya pusat studi dan kajian relevan dengan prodi.
- 4) Peningkatan intensitas peran-peran dakwah melalui media, event, serta aktivitas keislaman.
- 5) Lahirnya profesi dan asosiasi da'i, konselor, penyiar, dan jurnalis Muslim sebagai lapangan wirausaha prospektif yang dibuktikan dengan Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI), dan surat pengakuan profesi dari pihak yang berwenang.
- 6) Terlaksananya tata kelola Fakultas Dakwah dengan baik.

#### e. Tujuan

Menghasilkan lulusan sarjana S.1 Fakultas Dakwah yang ahli dalam bidangnya masing-masing. Seperti berkeahlian dan berkepedulian serta siap dibidang manajemen dakwah dan kemasyarakatan islam.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## f. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah

Tabel 4.1 Struktur Organisasi

No	Nama/NIP	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Dr. Zulqarnin, M.Ag. 196409081993031002	LK	DEKAN FAK. DAKWAH
2	Dr. D.I. Ansusa putra, Lc., MA.Hum 198612152011011004	LK	WAKIL DEKAN I
3	Dr. Jamaluddin, M.Ag. 196402011992031004	LK	WAKIL DEKAN II
4	Dr. Samin Batubara, M.HI 196412051998031001	LK	WAKIL DEKAN III
5	Muhammad Junaidi, S.Ag., M.Si 197105101997031014	LK	Ka. Prodi KPI
6	Dr. Abdullah Yunus, M.Pd.I 196202061983031007	LK	Ka. Prodi BPI
7	Drs. Sururudin, M.Pd. 196512101996031001	LK	Ka. Prodi JI
8	Neneng Hasanah, S.Ag., M.Pd.I 197905032014122002	PR	Sekretaris Prodi JI
9	Drs. H. Abdul Kholiq, M.Pd 196008081991021001	LK	Kepala Laboratorium
10	Mila Wahyuni, M.Kom.I 2024039002	PR	Kepala Perpustakaan
11	Usrial Husein, S.Ag., MM	LK	Kepala Stasiun Radio
12	Ulfati, S.Ag., M.Pd.I 196705251997032001	PR	Koordinator
13	Linda Seswati, M.Pd.I 196812281991032002	PR	Subkoordinator Umum
14	Burhanuddin, S.Pd.I 198108062002121003	LK	Subkoordinator Akademik
15	Ade Novia Maulana,	LK	Sekretaris Prodi JI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

No	Nama/NIP	Jenis Kelamin	Jabatan
	M.Sc 198811012018011001		
16	Ahdiyati Mahendra, M.Hum 1989051420018011002	LK	Sekretaris Prodi BPI
17	Ardiyansyah, M.Si 198702232020121001	LK	Sekretaris Prodi KPI
18	Dra. Jamilah, M.Pd.I 196406122014112002	PR	Sekretaris Prodi MD
19	Napisah, S.Sos 197207252009012005	PR	Bendahara Pembantu
20	Ayu Nurkhayati, M.Psi 199110082020122010	PR	Capek
21	Muhammad Isa, S.Ag., M.Sy 197208242007011018	LK	Pengelola Kepegawaian
22	Dr. Alef Meichaty, M.Pd.I 197905152009012010	PR	Pengelola Layanan
23	Isyanti, S.Pd.I	PR	Pengelola Layanan Akademik
24	Khairun Nisa, S.AP	PR	Pengelola Kepegawaian
25	Ica Wandari Anisia, S.Pd., M.Pd	PR	Pengelola Kepegawaian
26	Ernawati, S.Pd	PR	Pengelola Informasi Akademik (ICT)
27	Maimunah	PR	Pengelola Informasi Akademik (ICT)
28	Anggi Loren, S.Sos		Ajudan
29	Kartina	PR	Pengadministrasi
30	Yusnita Sari, S.E	PR	Pengadministrasi Umum
31	Elva Khairina Sofyan, S.H	PR	Pengelola BMN
32	Donal Saputra, S.Pd.I., M.Pd., Kons	LK	Staf Pengelola Kepegawaian
33	Sinta Rahmatil Fadhilah, M.A	PR	Pengelola Humas Dan Protokoler

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

No	Nama/NIP	Jenis Kelamin	Jabatan
34	Andeka Widodo, M.M	LK	Pengelola Laboratorium Fakultas Dakwah
35	Yuanita, M.Psi	PR	Staf Program Studi BPI
36	Muhammad Al Hafiz, M.I.Kom	LK	Staf Program Studi JI
37	Hafizen, M.Sc	LK	Staf Program Studi MD
38	Siti Aminah, M.A	PR	Staf Program Studi KPI
39	Abdul Aziz, S.E	LK	Pengelola Layanan Akademik
40	Sandi Maspika, M.Psi	LK	Ketua Konseling

#### g. Sarana Dan Prasarana Fakultas Dakwah

Tabel 4.2 Sarana dan Prasarana

No	Data Keterangan	Kondisi
	Sub Bagian Umum Dan Kepegawaian	Baik
	Sub Bagian Akademik Dan Kemahasiswaan	Baik
	Sub Bagian Perencanaan Keuangan	Baik
	Kepala Bagian Tata Usaha ( Koordinator ) Fakultas Dakwah	Baik
	Laboratorium Dan Radio Fakultas Dakwah	Baik
	Ruang Dekan Fakultas Dakwah	Baik
	Ruang Wakil Dekan I Fakultas Dakwah	Baik
	Ruang Wakil Dekan II Fakultas Dakwah	Baik
	Ruang Wakil Dekan III Fakultas Dakwah	Baik
	Ruang Ajudan	Baik
	Ruang Jurusan BPI	Baik
	Ruang Munaqosah	Baik
	Ruang Jurusan KPI	Baik
	Ruang Jurusan MD	Baik
	Ruang Perpustakaan	Baik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

No	Data Keterangan	Kondisi
	Ruang Perpustakaan	Baik
	Ruang Dosen	Baik
	Ruang : Spi	Baik

## B. Hasil Penelitian

### a. Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan angket secara langsung kepada 87 responden dari mahasiswa fakultas dakwah angkata 2020 dan 2021. Angket tersebut berisikan 15 pertanyaan mengenai intensitas penggunaan TikTok dan 15 pertanyaan mengenai perilaku konsumtif mahasiswa.

### b. Kategori Skor Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti membagi kategorisasi variabel penelitian menjadi 4 yaitu, sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju pada kedua variabel yaitu variabel (X) dan pada variabel (Y).

**Tabel 4.3 Skor Penggunaan TikTok (X)**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Comulative Percent</i>
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	5,7
Tidak Setuju	5	5,7	5,7	94,2
Setuju	77	88,5	88,5	100
Sangat Setuju	5	5,7	5,7	

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui bahwa terdapat 0% responden yang sangat tidak setuju terhadap pernyataan dalam angket dalam penggunaan tiktok, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yakni mereka lebih suka belanja sesuai dengan keperluannya dan sangat tidak setuju jika membeli barang yang pertama kali mereka lihat. Padatnya aktivitas yang tidak memungkinkan untuk terlalu sering menggunakan tiktok

juga menjadi salah satu faktor penyebab seseorang sangat tidak setuju untuk selalu menggunakan tiktok dan berbelanja melalui platform aplikasi tiktok. 5,7% responden yang tidak setuju penggunaan tiktok ini disebabkan oleh kurangnya pengawasan dari orang tua, kurangnya kesadaran dari dalam diri dan kurangnya aktivitas yang produktif menyebabkan seseorang sering menggunakan TikTok. 87,4% responden yang setuju menggunakan tiktok hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yakni sebagai hiburan dan lebih memperhatikan jika ingin membeli barang. Apa lagi dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan harga toko. Dan 5,7% responden yang sangat setuju penggunaan tiktok disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pengawasan orang tua, kurangnya memperhatikan diri sendiri dan tidak melakukan hal-hal secara produktif. Hasil tersebut diperoleh dari penyebaran angket melalui yang berupa pertanyaan mengenai intensitas dalam penggunaan TikTok.

Tabel 4.4 Kategori Skor Perilaku Konsumtif (Y)

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Comulative Percent</i>
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	8
Tidak Setuju	7	8	8	95,4
Setuju	76	87,4	87,4	100
Sangat Setuju	4	4,6	4,6	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 0% responden yang sangat tidak setuju terhadap pernyataan dalam angket, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya tidak adanya minat dari responden menggunakan tiktok untuk membeli barang yang mereka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

butuhkan. 8% responden yang tidak setuju terhadap pernyataan dalam angket, hal ini dapat disebabkan oleh adanya kesadaran untuk tidak terpengaruh dengan berbagai macam iklan dan harga yang lebih murah seperti yang ditawarkan dalam tiktok. 87,4% responden merupakan persentase terbesar dari seluruh sampel yang digunakan dalam penelitian dan mereka setuju terhadap pernyataan dalam angket untuk menggunakan tiktok dalam membeli atau berbelanja barang yang mereka butuhkan. 4,6% responden yang sangat setuju terhadap pernyataan dalam angket, hal ini disebabkan oleh minat yang sangat tinggi terhadap barang-barang yang dijual dalam aplikasi tiktok.

### C. Uji Asumsi Dasar

Sebelum melakukan tahap selanjutnya yaitu analisis korelasi *product moment*, maka perlu diketahui terlebih dahulu terpenuhi atau tidaknya normalitas dan linearitas dalam sebaran data.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah *kolmogrov smirnov*, untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut: Signifikan uji ( $\alpha$ ) = 0.05. Jika  $\text{sig} \geq \alpha$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika  $\text{sig} \leq \alpha$  maka sampel tidak berasal dari populasi yang normal. Dapat dilihat pada tabel 4.5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



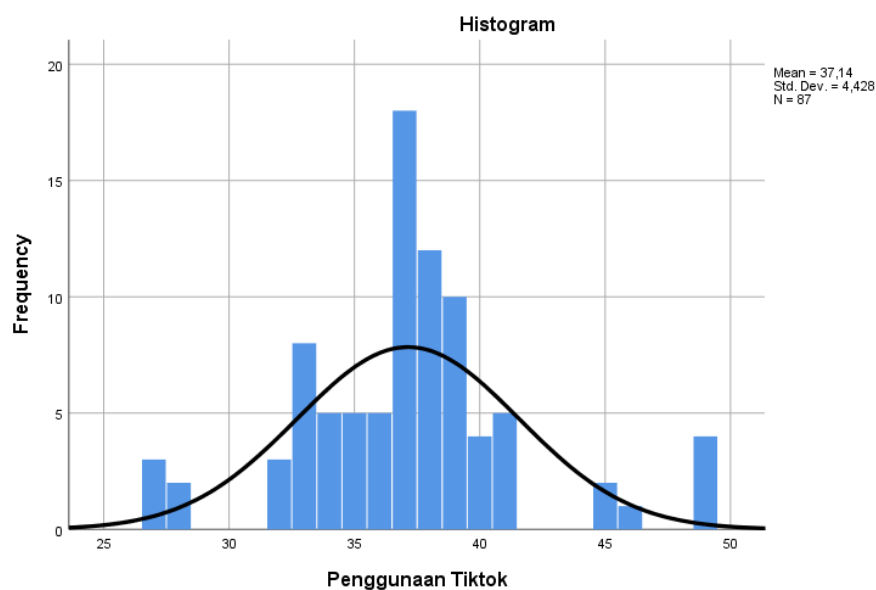
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas**

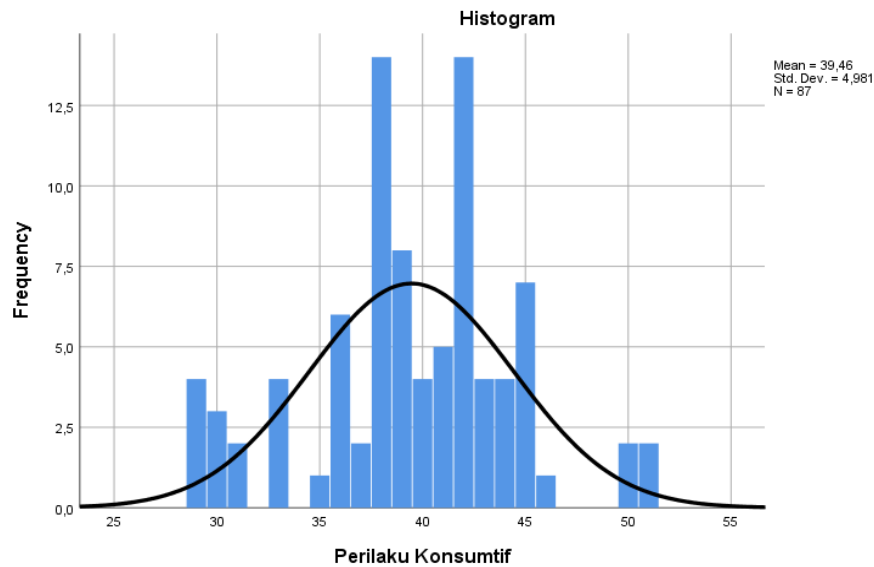
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,84411609
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,069
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat dari hasil normalitas diketahui nilai signifikansi sebesar  $0.200 \geq 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, sehingga layak dilakukan uji selanjutnya.

#### 4.1 Gambar Histogram Penggunaan Tiktok



## 4.2 Gambar Histogram Perilaku Konsumtif



### 2. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, artinya linear seperti hubungan garis lurus. Dasar pengambilan keputusan : jika nilai *signifkansi deviation from linearity*  $\geq 0.05$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai *signifikansi deviation from linearity*  $\leq 0.05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dapat dilihat pada tabel 4.6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

**Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Pengguna an Tiktok	Between Groups	(Combined)	1234,859	14	88,204	7,066	,000
		Linearity	115,580	1	115,580	9,259	,003
		Deviation from Linearity	1119,280	13	86,098	6,897	,162
	Within Groups		898,750	72	12,483		
	Total		2133,609	86			

Dapat dilihat pada tabel di atas, berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *signifikansi deviation from linearity* sebesar  $0.162 \geq 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi .

### 3. Uji Hipotesis

Pada tahapan ini peneliti menguji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan menggunakan SPSS 26.0. Hasil hipotesis ini dapat dilihat pada tabel 4.7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Korelasi**

		Penggunaan Tiktok	Perilaku Konsumtif
Penggunaan Tiktok	Pearson Correlation	1	,233*
	Sig. (2-tailed)		,030
	N	87	87
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,233*	1
	Sig. (2-tailed)	,030	
	N	87	87
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Pada tabel *correlation product moment*, dapat dilihat korelasi atau hubungan antara skor variabel intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan pada 87 responden memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.233 dengan signifikansi 0.030. karena nilai signifikansi  $\leq 0.05$  maka dapat dikatakan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

## D. Pembahasan

### 1. Intensitas Penggunaan TikTok

Perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang tak bisa di hindari seiring dengan berkembangnya zaman. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi maka muncul internet dengan menghadirkan berbagai media baru yang salah satunya adalah TikTok. TikTok digunakan oleh berbagai lintas usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan lansia. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa generasi milenial merupakan yang paling aktif dalam menggunakan media TikTok.

Perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang tak bisa di hindari

seiring dengan berkembangnya zaman. Inovasi terus diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi para penggunanya, terlepas terdapat pengaruh positif maupun pengaruh negatif dari dampak penggunaan teknologi. Salah satu dari perkembangan teknologi ialah perkembangan pada teknologi komunikasi.

Berdasarkan kategorisasi yang dilakukan pada 87 mahasiswa tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang intensitas penggunaan TikTok, diperoleh 5,7% responden yang tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang intensitas penggunaan TikTok, diperoleh 88,5% responden yang setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang intensitas penggunaan TikTok, dan diperoleh 5,7% responden yang sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang intensitas penggunaan TikTok.

Menurut Yang Zhao & Ma (Togi Prima, 2020), TikTok bisa menjadi budaya populer di Indonesia karena adanya beberapa alasan yaitu:

- a. Video pendek yang mendekati kehidupan nyata serta situasi umum, dimana biasanya dibuat oleh para kreator yang mempunyai kedekatan terhadap realitas masyarakat, berbalut dengan hiburan, fashion dan lain untuk menarik audiens.
- b. Layanan video pendek yang sederhana, dimana kreator bebas membuat video berdurasi pendek sekita 15 detik- 1 menit yang memudahkan kreator membuat kontennya dan memilih lagu yang diinginkan.
- c. Antar muka aplikasi yang friendly, dimana TikTok menyediakan kepada pengguna TikTok untuk memilih antar muka music sendiri, menambahkan efek, gerak lambat pada video mereka.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam angket penelitian responden yang membatasi waktu ketika menggunakan tiktok ialah sebanyak 9 responden menjawab sangat tidak setuju, 12 responden menjawab tidak setuju, 45 responden menjawab setuju, dan 21 responden menjawab sangat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang membatasi waktu ketika menggunakan tiktok dengan jumlah terbanyak 52% menjawab “setuju” dari total 87 responden yang digunakan peneliti.

## 2. Perilaku Konsumtif

Berdasarkan kategorisasi yang dilakukan pada 87 mahasiswa tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang perilaku konsumtif mahasiswa, 8% responden yang tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang perilaku konsumtif mahasiswa, 87,4% responden yang setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang perilaku konsumtif mahasiswa, dan 4,6% responden yang sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam angket seputar tentang perilaku konsumtif mahasiswa.

Perilaku konsumtif merupakan pola perilaku dalam pembelian dan menggunakan atau memakai barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.

Perilaku konsumtif menurut Zebua dan Nurdjayadi juga menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan prioritas serta tidak mempertimbangkan pada faktor kebutuhan. Menurut Fromm (2008), ciri konsumsi adalah ketidakmampuan untuk memahami tujuan dari barang yang dikonsumsi, yang mengakibatkan konsumen tidak memiliki keinginan untuk membeli barang selain yang lebih baru, kualitas yang lebih baik, atau keduanya, dan tidak punya tujuan lain selain mengamati kekayaan, keistimewaan, gengsi, status, atau barang-barang yang menyenangkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lina dan Rosyid (1997) mengatakan bahwa konsumerisme dilakukan oleh seseorang agar dapat menunjukkan kekayaan, status sosial, dan *prestige* (gengsi) kepada orang lain, serta untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan (Fransisca dan Erdiansyah, 2020).

Berdasarkan Hasil yang diperoleh dalam angket penelitian responden yang memikirkan secara matang barang yang akan saya beli ialah sebanyak 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 9 responden menjawab tidak setuju, 45 responden menjawab setuju, dan 33 responden menjawab sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang memikirkan secara matang barang yang akan saya beli dengan jumlah terbanyak 52% menjawab “setuju” dari total 87 responden yang digunakan peneliti.

### 3. Hubungan Intensitas Penggunaan TikTok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Sebelum dilakukan analisis data penelitian, dilakukan uji normalitas dan linearitas hubungan antara variabel perilaku konsumtif (variabel bebas) dan variabel intensitas penggunaan TikTok (variabel terikat). Hasil uji normalitas dengan menggunakan One Sample Komogorov- Smirnov test menunjukkan bahwa sebaran data normal ( $p = 0,200$ ;  $p > 0,05$ ). Hasil uji linearitas juga menunjukkan bahwa korelasi antara variabel intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif adalah linear ( $p = 0,162$ ;  $p > 0,05$ ).

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi *product moment* yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi yang didapat sebesar  $0.030 \leq 0.05$  yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat hubungan antara intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, dalam uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.233 yang menunjukkan bahwa terjadi hubungan intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi kearah positif yaitu 0,233.

Hubungan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti cenderung kearah yang positif yaitu sejalan dengan yang dikemukakan oleh Windahl mengemukakan teori Uses and Effect (dalam Neti dkk, 2020) menjelaskan bahwa penggunaan media serta isi yang ada di dalam media menciptakan efek terhadap seseorang. Efek tersebut dalam hal ini akan memberikan pengaruh konsumtif. Hal yang mendasari seseorang melakukan perilaku konsumtif salah satunya adalah intensitas melihat media sosial.

Menurut Hidayatun (2011) intensitas penggunaan media sosial menggunakan dasar kualitas dimana bentuk ketertarikan dan perhatian dilakukan oleh seseorang serta melibatkan perasaan emosional dalam minat dan penghayatan ketika mengakses atau melihat media sosial. Dalam hal ini karena terlalu seringnya mahasiswa dalam menggunakan tiktok sebagai rutinitasnya sehari-hari maka secara langsung mereka terpengaruh untuk berperilaku konsumtif berdasarkan iklan-iklan maupun penawaran-penawaran yang ada didalam tiktok.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Intensitas penggunaan tiktok mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi rata-rata 45%. Perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi sebesar 50%. Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan terpenuhinya hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan tiktok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Jadi, semakin tinggi Intensitas penggunaan tiktok memiliki dampak yang berarti terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi yang menunjukkan adanya positif (+) yaitu 0,233.

### B. Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting, baik itu bagi pembaca sebagai informasi, maupun bagi pihak kampus dan mahasiswa.

#### 1. Implikasi Teoritis

Penggunaan media sosial tiktok yang berlebihan atau secara terus-menerus selama lebih dari 3 jam/hari dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi intensitas penggunaan tiktok, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitupun

sebaliknya, semakin rendah penggunaan tiktok maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

## 2. Implikasi Praktis

Hasil temuan ini dapat digunakan sebagai masukan pada mahasiswa agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan prioritas serta tidak mempertimbangkan faktor kebutuhan, keinginan mengkonsumsi barang tanpa memperhatikan kegunaan, sehingga memiliki keinginan membeli hanya untuk memenuhi barang atau jasa yang lebih bagus, lebih baru, serta memiliki tujuan hanya untuk memperlihatkan kekayaan, keistimewaan, *prestige* (gengsi), status, dan sesuatu yang mencolok.

## C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti pada proses penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dialami dan menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti selanjutnya supaya lebih menyempurnakan penelitiannya karena peneliti ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Respon yang sulit ditemui dan ada beberapa yang tidak menggunakan aplikasi tersebut.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang berbeda dari tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

#### D. Saran

Setelah dilakukannya penelitian, tanpa mengurangi rasa hormat peneliti terhadap semua pihak, peneliti sampaikan beberapa saran yang sekiranya bermanfaat untuk semua pihak.

1. Hendaknya pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai faktor-faktor apasaja yang mempengaruhi hubungan intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa
2. Hendaknya para peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilakukan ini belum sepenuhnya dapat menggambarkan hubungan intensitas penggunaan TikTok dengan perilaku konsumtif mahasiswa secara luas.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Tajwid Berwarna*, (Jakarta: Kamilah Jaya Ilmu, 2016)

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019)

### Buku

Anwar Dessy, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Amelia, 2002

Arikunto, S. 2. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, S, *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014).

Badudu JS, *Kamus Kata-Kata Serapan Asing dalam Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2003)

Bungin , B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Public Serta Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Cahyani, D. D. (2020). *Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung : Skripsi Sarjana.

Cross M. 2013. *Social Media Security*, 1st ed. United Stated of Amerika: Syngress.

Caroline, D. A.P. (2019). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011) *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian*. Jurnal Spirits, 2(1)

Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439

G. Armstrong dan P. Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: Erlangga.

M. Ali Sodik, M.A dan Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta:Media Publishing

Nudjayadi, R.D dan Zebua, A.S, *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*, Jurnal Phronesis, Volume 3, No.6

Retnoningsih dan Suharno, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang:Widya Karya

Soehadi W, *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*, 1st ed. Jakarta: Quantum, 2015

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sutja, dkk. 2017. *Penulisan skripsi untuk prodi Bimbingan dan Konseling*. Yogyakarta: Penerbit Wahana Resolusi.

Qodratilah Meity Taqdir, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011)*

### Jurnal

D. P. R. Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang,” *Jurnal Komunikasi*, vol. 14, no. 2, pp. 135–148, Oct. 2020, doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7504.

Desy Oktaheriyani, M. Ali Wafa, Shen Shadiqien, *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)*, *Jurnal Artikel*. Diakses pada tanggal 16 November 2022 pada pukul 15.24

FauziahLuluk, *Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*, *Jurnal Psikologi*.

Shinta Fadhillah Widriyani, *Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif*, *Jurnal*

### Internet

<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/318017/Jurnal-Pemanfaatan-Media-Sosial-TikTok.pdf>

<http://repository.uin-suska.ac.id/> *Dampak Pernikahan Dini di Desa Margamulya Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rakan Hulu*. Di akses pada tanggal 13 November 2022 pada pukul 14.05 wib

## LAMPIRAN 1

### INSTRUMEN ANGKET

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Desi Indah Lestari, mahasiswi Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Bersama ini saya mengharapkan kesediaan saudara/saudari untuk meluangkan waktu guna mengisi formulir penelitian yang saya ajukan dalam rangka kepentingan penelitian tugas akhir skripsi.

Disini saya mengadopsi angket dari Luluk Fauziah, mahasiswa dari fakultas psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan judul Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Formulir ini bukanlah sebuah tes. Tidak ada jawaban yang dianggap salah. Perlu diketahui bahwa identitas serta jawaban yang saudara/saudari berikan akan dijamin kerahasiaannya. Saya berharap saudara/saudari bersedia mengisi skala penelitian ini secara lengkap. Semua jawaban yang saudara/saudari berikan sangat berharga bagi saya.

Atas perhatian dan waktu yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

### A. Daftar Pernyataan Penggunaan Tiktok

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya membatasi waktu ketika menggunakan tiktok.				
2.	Dalam sehari saya bisa menggunakan tiktok lebih dari 4 kali/hari.				
3.	Saya jarang membuka aplikasi tiktok.				
4.	Saya menggunakan tiktok hanya 1 kali sehari dalam seminggu.				
5.	Saya menggunakan tiktok kurang dari 1 jam/hari.				
6.	Saya melihat atau menggunakan aplikasi tiktok setiap hari.				
7.	Saya tidak pernah mengikuti trend yang muncul di tiktok.				
8.	Saya bisa menggunakan aplikasi tiktok sampai larut malam.				
9.	Saya meluangkan waktu untuk melihat atau menggunakan tiktok.				
10.	Saya sering tertarik terhadap barang yang muncul di tiktok dalam bentuk iklan maupun review dari seseorang.				
11.	Saya melihat tiktok karena banyak video yang menarik yang bisa saya terapkan dalam kehidupan sehari-hari.				
12.	Saya melihat tiktok seminggu lebih dari 5 kali.				
13.	Saya kurang paham dalam menggunakan aplikasi tiktok.				
14.	Saya sering lupa waktu ketika melihat atau menggunakan tiktok.				
15.	Saya lebih paham informasi yang disampaikan di tiktok dari pada media sosial yang lain.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## B. Daftar Pernyataan Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya memikirkan secara matang barang yang akan saya beli.				
2.	Saya membeli barang yang saya suka saat pertama kali melihat.				
3.	Saya lebih memilih membeli barang yang bermerek agar dikenal orang lain.				
4.	Saya membeli barang yang saya tahu manfaat dari barang tersebut.				
5.	Sebelum membeli barang, saya terlebih dahulu mempertimbangkan harga barang tersebut.				
6.	Saya membeli barang karena terpengaruh iklan yang muncul di media sosial.				
7.	Saya akan tetap membeli barang yang saya suka walaupun harga barang tersebut mahal.				
8.	Saya cenderung tidak perhitungan menggunakan uang untuk membeli barang.				
9.	Saya membatasi uang yang saya keluarkan untuk membeli suatu barang.				
10.	Saya membeli barang karena keinginan untuk mencari kesenangan.				
11.	Saya tidak terburu-buru dalam membeli suatu barang.				
12.	Saya membeli barang karena terpengaruh lingkungan sekitar.				
13.	Saya mampu menahan diri untuk tidak terpengaruh iklan.				
14.	Saya merasa penampilan luar bukan segalanya, jadi tidak harus selalu mengikuti trend.				
15.	Saya senang membeli barang yang sedang trend di lingkungan sekitar.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## LAMPIRAN 2

### 2-1 Uji Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba Skala Intensitas Melihat Tiktok

Sebelum Digugurkan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	134	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	134	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.851	.848	32

#### Item- Total Statistics

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	79.4030	151.821	.458	.571	.844
VAR00002	79.5373	153.032	.421	.582	.845
VAR00003	78.9403	168.087	-.225	.457	.862
VAR00004	79.3881	150.284	.534	.571	.842
VAR00005	78.9701	157.608	.258	.522	.850
VAR00006	79.3209	155.332	.312	.522	.849
VAR00007	79.6791	159.753	.137	.581	.853
VAR00008	78.8582	159.566	.137	.432	.853
VAR00009	79.2388	148.755	.523	.683	.842
VAR00010	78.8433	154.765	.370	.576	.847
VAR00011	79.6045	151.038	.497	.636	.843

VAR000 12	79.5448	152.881	.442	.544	.845
VAR000 13	79.2239	155.378	.321	.542	.848
VAR000 14	79.0970	158.043	.225	.527	.851
VAR000 15	79.3209	148.355	.607	.666	.840
VAR000 16	78.9552	156.359	.291	.606	.849
VAR000 17	79.5448	155.122	.365	.545	.847
VAR000 18	79.3284	166.779	-.157	.577	.862
VAR000 19	79.0821	151.489	.456	.684	.844
VAR000 20	79.4776	153.379	.434	.571	.845
VAR000 21	78.7761	151.679	.451	.710	.845
VAR000 22	79.4403	146.955	.602	.619	.840
VAR000 23	78.8731	153.104	.376	.599	.847
VAR000 24	79.3209	148.460	.587	.720	.840
VAR000	79.3284	160.824	.064	.477	.856

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

25					
VAR000	79.5672	151.495	.494	.598	.843
26					
VAR000	79.0672	157.973	.255	.558	.850
27					
VAR000	79.3507	151.327	.482	.664	.844
28					
VAR000	79.1269	148.142	.587	.677	.840
29					
VAR000	79.0896	161.135	.085	.393	.854
30					
VAR000	79.4254	146.998	.639	.721	.839
31					
VAR000	79.4925	152.929	.443	.639	.845
32					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

**Setelah Digugurkan**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	134	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	134	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.896	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	52.5821	129.373	.547	.493	.891
VAR00002	52.7164	131.784	.450	.461	.894
VAR00004	52.5672	129.165	.566	.493	.891
VAR00006	52.5000	137.229	.187	.427	.900
VAR00009	52.4179	126.786	.592	.617	.890
VAR00010	52.0224	135.556	.292	.482	.898
VAR00011	52.7836	129.269	.558	.550	.891
VAR00012	52.7239	131.450	.482	.462	.893
VAR00013	52.4030	136.994	.206	.368	.900
VAR00015	52.5000	125.786	.716	.618	.887
VAR00017	52.7239	132.277	.471	.434	.893

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

VAR0001 9	52.2612	132.871	.368	.635	.896
VAR0002 0	52.6567	130.829	.531	.505	.892
VAR0002 1	51.9552	131.712	.424	.665	.895
VAR0002 2	52.6194	124.613	.696	.599	.887
VAR0002 3	52.0522	133.072	.348	.527	.897
VAR0002 4	52.5000	126.132	.681	.682	.888
VAR0002 6	52.7463	129.033	.589	.547	.890
VAR0002 8	52.5299	128.657	.584	.609	.891
VAR0002 9	52.3060	129.643	.505	.591	.893
VAR0003 1	52.6045	125.023	.721	.694	.887
VAR0003 2	52.6716	129.982	.558	.578	.891

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## 2-2 Uji Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba

### Skala Perilaku Konsumtif

Sebelum Digugurkan

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	134	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	134	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.867	.869	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	59.30	116.346	.505	.587	.860
VAR00002	58.73	122.875	.206	.458	.868
VAR00003	59.41	117.612	.473	.583	.861
VAR00004	60.34	120.889	.495	.438	.862
VAR00005	60.16	118.675	.542	.584	.860
VAR00006	59.56	115.587	.572	.626	.858
VAR00007	60.16	121.943	.312	.519	.865
VAR00008	59.94	114.598	.589	.677	.857
VAR00009	59.81	121.105	.328	.291	.865
VAR00010	59.27	115.897	.472	.568	.861

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

VAR000 11	60.00	122.722	.198	.350	.868
VAR000 12	59.35	115.553	.516	.648	.859
VAR000 13	59.69	122.563	.215	.476	.868
VAR000 14	59.43	116.007	.508	.574	.860
VAR000 15	60.00	121.143	.358	.478	.864
VAR000 16	59.49	117.665	.396	.553	.863
VAR000 17	60.27	123.130	.248	.381	.866
VAR000 18	59.74	115.322	.537	.623	.859
VAR000 19	60.23	119.653	.450	.545	.862
VAR000 20	60.07	120.115	.407	.545	.863
VAR000 21	59.50	118.011	.417	.538	.862
VAR000 22	59.63	115.063	.586	.604	.858
VAR000 23	60.13	121.585	.403	.530	.863
VAR000 24	60.09	122.368	.247	.480	.867

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

VAR000 25	59.22	120.908	.275	.503	.866
VAR000 26	59.93	120.950	.331	.399	.865
VAR000 27	60.24	121.386	.394	.443	.863
VAR000 28	59.47	120.251	.304	.480	.866
VAR000 29	60.02	119.601	.445	.498	.862
VAR000 30	58.99	124.361	.121	.450	.870

### Setelah Digugurkan

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	134	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	134	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.872	.874	23

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	43.69	86.653	.501	.478	.865
VAR00003	43.80	88.012	.453	.512	.867
VAR00004	44.73	90.529	.499	.405	.867
VAR00005	44.54	88.430	.559	.555	.865
VAR00006	43.95	86.140	.559	.554	.864
VAR00007	44.55	91.723	.292	.413	.871

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

VAR0000	44.33	84.643	.616	.627	.861
8					
VAR0000	44.19	91.030	.306	.245	.871
9					
VAR0001	43.66	86.002	.482	.547	.866
0					
VAR0001	43.74	85.563	.536	.595	.864
2					
VAR0001	43.82	86.509	.495	.514	.866
4					
VAR0001	44.39	90.826	.353	.408	.870
5					
VAR0001	43.87	87.194	.425	.482	.868
6					
VAR0001	44.13	85.390	.556	.537	.864
8					
VAR0001	44.62	89.576	.443	.475	.867
9					
VAR0002	44.46	90.205	.382	.497	.869
0					
VAR0002	43.89	88.085	.413	.501	.868
1					
VAR0002	44.01	85.353	.595	.564	.862
2					
VAR0002	44.51	91.379	.384	.468	.869
3					
VAR0002	44.32	90.776	.317	.381	.871
6					
VAR0002	44.63	90.988	.393	.333	.869

7	VAR0002	43.86	89.957	.303	.414	.872
8	VAR0002	44.41	89.537	.437	.448	.868
9						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### LAMPIRAN 3

#### Rekapitulasi Hasil Angket Penggunaan TikTok

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Total	Selisih
3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	38	22
4	2	3	2	1	1	2	1	2	3	4	2	4	4	4	39	21
3	1	2	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1	28	32
5	1	2	3	3	1	2	1	3	1	3	1	1	1	1	27	33
3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	37	23
2	4	1	1	2	4	2	3	3	2	3	2	1	2	3	35	25
3	3	3	2	4	3	2	1	3	3	3	3	1	2	3	39	21
2	4	1	1	1	3	2	4	3	2	3	3	2	2	4	37	23
2	4	1	1	1	4	3	4	3	2	2	3	2	2	4	38	22
4	1	4	3	3	1	4	1	1	4	1	1	1	2	1	32	28
3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	1	2	37	23
3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	34	26
3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	34	26
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	38	22
3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23
3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	40	20
3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23
3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	39	21
3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	38	22
3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	37	23
4	1	4	1	4	4	4	1	1	1	4	2	1	1	3	36	24
1	1	1	1	2	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	27	33
3	3	1	1	2	4	3	4	4	3	3	2	1	4	3	41	19
3	4	1	1	1	4	2	4	4	3	4	4	1	3	2	41	19
1	4	1	1	1	4	2	4	4	3	4	4	1	3	2	39	21
2	4	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	1	3	4	39	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip, memperbanyak, atau menyebarkan sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber aslinya.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Jambi.  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Jambi.



Hak Cipta dilindungi undang-undang:

1. Diarong mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Diarong memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

4	4	2	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	49	11
4	4	2	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	49	11
4	2	4	2	2	2	2	1	4	3	1	1	1	2	4	35	25
4	1	3	1	2	3	2	2	3	3	3	1	2	2	1	33	27
3	4	2	1	4	2	3	1	2	3	4	2	1	1	4	37	23
2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	36	24
2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	36	24
4	3	3	2	3	1	4	1	2	1	3	2	1	1	2	33	27
2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	39	21
4	3	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	3	34	26
3	4	2	2	3	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	46	14
3	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	2	2	3	38	22
1	4	1	1	4	3	3	4	1	2	3	4	1	3	3	38	22
2	2	1	1	2	4	4	2	4	3	4	4	1	3	3	40	20
1	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	45	15
3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	37	23
4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	33	27
4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	33	27
4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	35	25
1	3	1	1	1	4	1	3	2	4	2	1	2	4	2	32	28
3	3	1	2	2	4	2	4	2	3	2	1	2	3	3	37	23
3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	1	3	4	41	19
3	3	1	1	1	3	2	4	3	2	4	3	1	3	4	38	22
3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	1	2	37	23
3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	34	26
3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	34	26
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	38	22
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	40	20
3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23

Hak Cipta Milik UIN Sunha Jambi

1. Diarong mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Diarong memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	37	23	
2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	39	21	
3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	38	22	
4	1	1	1	4	2	4	4	3	4	4	1	3	2	41	19	
4	1	1	1	4	2	4	4	3	4	4	1	3	2	39	21	
2	4	1	1	4	3	3	3	3	3	3	1	3	4	39	21	
4	4	2	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	49	11
4	4	2	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	49	11
4	2	4	2	2	2	2	1	4	3	1	1	1	2	4	35	25
4	1	3	1	2	3	2	2	3	3	3	1	2	2	1	33	27
3	4	2	1	4	2	3	1	2	3	4	2	1	1	4	37	23
2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	36	24
2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	36	24
4	3	3	2	3	1	4	1	2	1	3	2	1	1	2	33	27
1	4	1	1	4	3	3	4	1	2	3	4	1	3	3	38	22
2	2	1	1	2	4	4	2	4	3	4	4	1	3	3	40	20
1	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	45	15
3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	37	23
4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	33	27
4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	33	27
4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	35	25
1	3	1	1	1	4	1	3	2	4	2	1	2	4	2	32	28
3	3	1	2	2	4	2	4	2	3	2	1	2	3	3	37	23
3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	1	3	4	41	19
3	1	1	1	3	2	4	3	2	4	3	1	3	4	4	38	22
3	3	1	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	38	22
4	2	3	2	1	1	2	1	2	3	4	2	4	4	4	39	21
3	2	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	28	32
3	2	3	3	1	2	1	3	1	3	1	1	1	1	1	27	33
3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	37	23

## LAMPIRAN 4

### Rekapitulasi Hasil Angket Perilaku Konsumtif

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Total	Selisih
3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	38	22
4	1	1	4	3	2	4	4	3	1	3	1	1	4	2	38	22
3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	3	3	1	29	31
3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	3	3	1	29	31
3	3	1	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	4	2	37	23
2	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	1	2	3	2	45	15
4	2	2	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	44	16
2	2	2	4	4	3	2	2	4	3	3	2	3	4	2	42	18
2	3	2	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	44	16
4	2	1	4	4	1	2	1	4	1	4	1	4	4	1	38	22
4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	42	18
2	2	1	3	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	2	42	18
4	2	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	4	1	40	20
3	2	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	41	19
3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	38	22
3	2	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	41	19
3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	39	21
3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	44	16
4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	45	15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

3	3	2	4	3	1	4	3	3	2	3	1	4	4	2	42	18
3	3	2	4	3	1	4	3	3	2	3	1	4	4	2	42	18
4	3	1	4	3	1	3	3	3	1	4	1	4	4	1	40	20
3	2	1	4	4	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	30	30
3	3	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	41	19
3	4	1	2	3	1	1	2	3	2	4	1	2	3	1	33	27
3	4	1	2	3	1	1	2	3	2	4	1	2	3	1	33	27
3	2	1	3	4	2	2	2	3	4	3	2	4	3	1	39	21
3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	39	21
3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	39	21
4	2	1	4	4	3	2	2	4	2	4	1	4	4	1	42	18
4	2	1	4	4	2	1	2	3	3	4	1	4	4	3	42	18
4	2	1	4	4	1	1	2	4	1	4	1	4	4	1	38	22
2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	36	24
2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	36	24
4	2	1	4	3	1	3	2	3	1	4	1	4	4	1	38	22
3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	40	20
4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	46	14
3	3	1	1	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	2	38	22
4	2	1	4	3	1	1	2	3	2	4	1	3	2	2	35	25
3	2	4	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	38	22
4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	2	4	4	2	50	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi.

4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	51	9
3	2	2	4	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	2	43	17
3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	4	2	3	4	2	2	42	18
4	4	3	4	4	2	2	2	4	2	4	1	4	4	1	4	45	15
3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	3	4	43	17
4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	1	2	3	3	4	45	15
3	1	1	3	3	3	1	3	1	2	3	1	2	1	3	3	31	29
4	3	1	3	3	3	2	4	2	1	1	2	2	2	3	3	36	24
4	1	1	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	4	2	3	30	30
4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	42	18
2	2	1	3	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	42	18
4	2	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	4	1	4	40	20
3	2	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	4	41	19
3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	38	22
3	2	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	41	19
3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	39	21
3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	44	16
4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	45	15
3	3	2	4	3	1	4	3	3	2	3	1	4	4	2	4	42	18
3	4	1	2	3	1	1	2	3	2	4	1	2	3	1	3	33	27
3	4	1	2	3	1	1	2	3	2	4	1	2	3	1	3	33	27
3	2	1	3	4	2	2	2	3	4	3	2	4	3	1	3	39	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	39	21
3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	39	21
4	2	1	4	4	3	2	2	4	2	4	1	4	4	1	42	18
4	2	1	4	4	2	1	2	3	3	4	1	4	4	3	42	18
4	2	1	4	4	1	1	2	4	1	4	1	4	4	1	38	22
2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	36	24
2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	36	24
4	2	1	4	3	1	3	2	3	1	4	1	4	4	1	38	22
3	2	4	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	38	22
4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	2	4	4	2	50	10
4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	51	9
3	2	2	4	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	2	43	17
3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	4	2	3	4	2	42	18
4	4	3	4	4	2	2	2	4	2	4	1	4	4	1	45	15
3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	3	43	17
4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	1	2	3	3	45	15
3	1	1	3	3	3	1	3	1	2	3	1	2	1	3	31	29
4	3	1	3	3	3	2	4	2	1	1	2	2	2	3	36	24
4	1	1	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	4	2	30	30
3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	38	22
4	1	1	4	3	2	4	4	3	1	3	1	1	4	2	38	22
3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	3	3	1	29	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

																		29	31
																		37	23

@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## LAMPIRAN 5

### Kategori Skor Penggunaan TikTok

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Comulative Percent</i>
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	5,7
Tidak Setuju	5	5,7	5,7	94,2
Setuju	77	88,5	88,5	100
Sangat Setuju	5	5,7	5,7	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## LAMPIRAN 6

### Kategori Skor Perilaku Konsumtif

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Comulative Percent</i>
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	8
Tidak Setuju	7	8	8	95,4
Setuju	76	87,4	87,4	100
Sangat Setuju	4	4,6	4,6	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## LAMPIRAN 7

### Uji Asumsi Dasar

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,84411609
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,069
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

### Uji Linieritas

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif *	87	100,0%	0	0,0%	87	100,0%
Penggunaan Tiktok						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## Report

### Perilaku Konsumtif

Penggunaan Tiktok	Mean	N	Std. Deviation
27,00	29,3333	3	,57735
28,00	29,0000	2	,00000
32,00	42,6667	3	4,04145
33,00	41,7500	8	2,65922
34,00	42,0000	5	2,44949
35,00	43,0000	5	1,22474
36,00	36,8000	5	1,78885
37,00	39,3333	18	3,88057
38,00	38,0833	12	4,50168
39,00	39,4000	10	4,35125
40,00	45,5000	4	5,19615
41,00	35,8000	5	3,27109
45,00	51,0000	2	,00000
46,00	38,0000	1	.
49,00	39,0000	4	,00000
Total	39,4598	87	4,98090

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Tiktok	Between (Combined) Groups	1234,859	14	88,204	7,066	,000
	Linearity	115,580	1	115,580	9,259	,003
	Deviation from Linearity	1119,280	13	86,098	6,897	,162
	Within Groups	898,750	72	12,483		
	Total	2133,609	86			

### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Tiktok	,233	,054	,761	,579

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulha Jambi

## LAMPIRAN 8

### UJI HIPOTESIS PRODUCT MOMENT

		Penggunaan Tiktok	Perilaku Konsumtif
Penggunaan Tiktok	Pearson Correlation	1	,233*
	Sig. (2-tailed)		,030
	N	87	87
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,233*	1
	Sig. (2-tailed)	,030	
	N	87	87

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## LAMPIRAN 9

### DOKUMENTASI PENELITIAN



Mahasiswa fakultas dakwah prodi bimbingan penyuluhan islam semester 6 sedang melakukan pengisian angket guna memenuhi data penelitian yang sedang dilakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber aslinya:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Contoh produk di tiktokshop dengan harga yang lebih murah sehingga membuat para penggunanya menjadi tertarik.

## LAMPIRAN 10

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS DAKWAH

Jln. Lintas Jambi-Muara Bulian KM. 16 Simpang Sei Duren Muaro Muaro Jambi 36363

Nomor : B. 356 /D.VI.I/PP.00.9/3/2023  
Lampiran : 1 Berkas  
Perihal : **Mohon Izin Mengadakan Riset/Penelitian**

Jambi, 27 Februari 2023

Kepada Yth.  
Bapak/ Ibu  
Di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum w.w.*

Bersama ini kami beritahukan kepada Saudara bahwa untuk penyusunan Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi :

Nama/NIM : Desi Indah Lestari/ 601190030  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Bimbingan Penyuluhan Islam  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Judul Skripsi : **Hubungan Intensitas Pengguna Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jmabi**

Maka dengan kami mohon bantuan Bapak/Ibu dapat kiranya memberikan izin kepada Mahasiswa tersebut untuk mengadakan riset/penelitian di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin. Waktu yang diberikan mulai tanggal 10 Maret 2023 s/d 10 Juni 2023.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum w. w.*

An. Dekan  
Wakil Dekan  
Kelompok  
Bidang Akademik dan  
Kelompok




**Dr. D.I. Ansusa Putra, Lc, M.A. Hum**  
NIP. 19861215 201101 1 004



## LAMPIRAN 11

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

  
**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS DAKWAH**  
Jln. Lintas Jambi-Muara Bulian KM. 16 Simpang Sei Duren Muaro Muaro Jambi 36363

Nomor : B. 356 /D.VI.1/PP.00.9/3/2023  
Lampiran : 1 Berkas  
Perihal : **Pengesahan Judul Skripsi** Jambi, 27 Februari 2023

Kepada  
Yth. Desi Indah Lestari/ 601190030  
Mahasiswa Fakultas Dakwah / Bimbingan Penyuluhan Islam  
Universitas Islam Negeri STS Jambi  
Di-  
JAMBI

*Assalamu'alaikum w.w.*


Sehubungan dengan surat Saudara Tanggal 27 Februari 2023 perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Izin Riset, maka bersama ini kami beritahukan bahwa Proposal Skripsi Saudara dengan Judul :

**Hubungan Intensitas Pengguna Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif  
Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha  
Saifuddin Jmabi**

Yang telah diseminarkan pada 05 Januari 2023 sudah dapat diterima dan disahkan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum w. w.*

  
An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelompok  
**Dr. D.L. Ansusa Putra, Lc., M.A. Hum**  
NIP. 19861215 201101 1 004

Tembusan:

1. Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah UIN STS Jambi (Sebagai laporan)
2. Yth. Pembimbing I : Dr. Abdullah Yunus, M.Pd.I
3. Yth. Pembimbing II : Ayu Nurkhayati , M.Psi

## CURRICULUM VITAE



### A. Identitas Diri

Nama	: Desi Indah Lestari
Tempat Tanggal Lahir	: Perintis, 16 Desember 2000
Pekerjaan	: Mahasiswi
Agama	: Islam
Alamat Asal	: Rimbo Bujang, Kabupaten Tebo
No HP	: 089507741863
Email	: desi6961@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

SD	: SDN 126/VIII Perintis, Kabupaten Tebo
SMP	: SMPN 3 Kabupaten Tebo
SMA	: SMAN 11 Kabupaten Tebo
Perguruan Tinggi	: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi