ALSYS
Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan

e-ISSN : 2808-540X
p-ISSN : 2808-7119

Terindeks: Copernicus, Sinta 5, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/alsys.v5i4.6689

PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMSI ISLAM DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

The Influence of Islamic Consumption Knowledge and Lifestyle on Students' Consumptive Behavior

Siska Monalisa & Agustina Mutia
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
siskamonalisa1702@gmail.com; agustinamutia69@uinjambi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 1, 2025	Jun 27, 2025	Jul 9, 2025	Jul 14, 2025

Abstract

Consumptive behavior among university students has become an increasingly prominent phenomenon, influenced by modern lifestyles and the ease of access to consumer goods. This phenomenon is particularly worth examining among students of the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) at UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, who possess an educational background in Islamic economics. This study aims to analyze the influence of Islamic consumption knowledge and lifestyle on students' consumptive behavior. A quantitative approach was employed using a survey method, with questionnaires distributed to 96 proportionally selected respondents. Data collection was conducted using a Likert-scale questionnaire, and data were analyzed through multiple linear regression to test both the partial and simultaneous effects of the independent variables on the dependent variable. The results show that both Islamic consumption knowledge and lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior, both partially (significance value < 0.05) and simultaneously, as evidenced by an F-value of 57.353, which exceeds the F-table value. The Adjusted R^2 value of 0.543 indicates that 54.3% of the variation in consumptive behavior can be explained by the two variables. The study concludes that the greater the students'

AlSys is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

understanding of Islamic consumption principles and the stronger the influence of modern lifestyle, the higher their tendency to exhibit consumptive behavior.

Keywords: Islamic Consumption Knowledge; Lifestyle; Consumptive Behavior; Students; Islamic Economics

Abstrak: Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang semakin menonjol seiring dengan pengaruh gaya hidup modern dan kemudahan akses terhadap produk konsumsi. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang dipilih secara proporsional. Instrumen pengumpulan data berupa angket skala Likert, dan analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pengetahuan konsumsi Islam maupun gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial (nilai signifikansi < 0,05) maupun simultan, sebagaimana dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 57,353 yang melebihi nilai F tabel. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,543 menunjukkan bahwa 54,3% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap prinsip konsumsi dalam Islam dan semakin kuat pengaruh gaya hidup modern, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Kata Kunci: Pengetahuan Konsumsi Islam; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa; Ekonomi Syariah

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan aktivitas mendasar dalam kehidupan manusia yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa untuk kelangsungan hidup (Furqon, 2018). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa secara langsung untuk memenuhi kebutuhan. Aktivitas konsumsi tidak hanya melibatkan penggunaan sumber daya fisik tetapi juga mencakup aspek psikologis dan sosial.

Secara teori ekonomi, konsumsi konvensional berfokus pada prinsip utilitas, yaitu konsumsi dilakukan untuk memaksimalkan kepuasan dengan mengalokasikan sumber daya secara efisien.Zaenudin Ismail and Priyono, Teori Ekonomi (Surabaya: Dharma Ilmu, 2012), hlm. 135. Dalam teori ekonomi neoklasik, individu dianggap sebagai agen rasional yang mengoptimalkan utilitas mereka berdasarkan preferensi dan anggaran yang

dimiliki.(Juliyanto, 2024) Teori ini menekankan pada keseimbangan antara pendapatan dan konsumsi agar individu dapat mencapai kesejahteraan ekonomi yang optimal.

Berbeda dengan pandangan konvensional, ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai aktivitas yang harus dilakukan secara moderat dan bertanggung jawab, sesuai dengan nilai-nilai syariah. Konsumsi dalam Islam didasarkan pada prinsip halal dan *thayyib*, yang berarti barang dan jasa yang dikonsumsi harus halal menurut hukum syariah dan bermanfaat bagi kehidupan. Prinsip ini berlandaskan pada konsep keseimbangan atau *wasatiyyah*, yang menekankan pentingnya menghindari *israf* (pemborosan) dan *tabdzir* (penghamburan).

Prinsip ini bertujuan menciptakan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Dalam Islam, konsumsi yang berlebihan dapat merusak keseimbangan ini dan bertentangan dengan tujuan penciptaan manusia sebagai khalifah di muka bumi. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang konsep konsumsi Islam menjadi krusial, terutama bagi mahasiswa yang merupakan generasi intelektual muda.

Meskipun teori konsumsi Islam telah banyak dibahas dalam berbagai literatur, terdapat kesenjangan antara pengetahuan mahasiswa mengenai konsumsi Islam dan praktik yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Hafizt Aulia Kadri menunjukkan bahwa pemahaman ekonomi Islam memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.(Kadri, 2022) Namun, pemahaman tersebut tidak selalu tercermin dalam praktik konsumsi mahasiswa, yang masih cenderung bersifat konsumtif meskipun telah mendapatkan pengetahuan ekonomi Islam.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sumartun di IAIN Ponorogo menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memahami konsep konsumsi Islami, praktik konsumsi mereka sering kali tidak sejalan dengan prinsip tersebut.(Sumartun & Dwi Setya Nugrahini, 2022) Prioritas konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga keinginan, dengan kecenderungan mengikuti tren dan kurang peduli terhadap kegiatan sosial. Hal ini menandakan adanya *gap* antara teori dan praktik dalam perilaku konsumsi mahasiswa.

Mahasiswa sebagai kelompok intelektual muda seharusnya menjadi agen perubahan dalam pengelolaan sumber daya dan keuangan pribadi yang bijak. Namun meskipun memiliki potensi berpikir kritis, banyak mahasiswa yang terjebak dalam pola konsumsi yang tidak terkendali. Walaupun banyak mahasiswa yang memiliki pengetahuan agama, mereka seringkali tidak dapat menerapkan prinsip konsumsi bijaksana dalam Islam. Ketidaksesuaian

antara pengetahuan dan perilaku ini perlu dikaji lebih lanjut, khususnya di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Islam.

Salah satu contoh yang mencolok adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, yang seharusnya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsumsi dalam perspektif Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai fakultas yang berbasis pada ajaran Islam, menawarkan berbagai mata kuliah yang membahas tentang ekonomi Islam, termasuk prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan ajaran agama. Namun, meskipun pengetahuan ini telah disampaikan kepada mahasiswa, praktik sehari-hari menunjukkan adanya kecenderungan untuk tetap melakukan perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif ini sangat beragam, mulai dari tekanan sosial, teman sebaya hingga gaya hidup yang berlebihan.(Nurfadilah & Rohmah Maulida, 2023) Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfitri Martaliah, perilaku konsumtif umumnya merujuk pada kecenderungan individu atau kelompok untuk membeli barang-barang, terutama barang yang tidak terlalu diperlukan, atau melakukan konsumsi berlebihan karena faktor sosial, psikologis, atau pengaruh eksternal, seperti iklan, status sosial, atau tekanan teman sebaya (Martaliah et al., 2022).

Selain itu keinginan untuk memiliki barang-barang baru, mengikuti tren, serta memenuhi kebutuhan sosial semakin meningkat, yang sering kali melibatkan pengeluaran di luar kemampuan finansial yang dimiliki (Alawiyah et al., 2023). Hal ini berisiko menyebabkan mahasiswa terjebak dalam siklus hutang atau pemborosan yang berdampak pada kesejahteraan ekonomi mereka. Pada banyak kasus, gaya hidup konsumtif yang berlebihan tidak hanya mengarah pada ketidakstabilan finansial, tetapi juga dapat merusak mental dan fisik seseorang karena tekanan untuk selalu tampil sesuai dengan standar sosial yang ada.(Hartiningsih et al., 2021)

Faktor gaya hidup menjadi variabel penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup mencerminkan pola pikir, nilai dan preferensi individu dalam menjalani aktivitas kehidupan sehari-hari. Gaya hidup yang berlebihan berisiko menyebabkan krisis keuangan pribadi dan meningkatkan beban hidup, khususnya bagi mereka yang kurang memahami pengelolaan keuangan.Beberapa penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Mila Mulya Sari dalam penelitiannya di menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.(Sari et al., 2023)

Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Aulia Rizki yang berjudul Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup dan konformitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan pemahaman etika konsumsi Islam tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa.(Aulia Rizki, 2022)

Perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda, semakin menjadi isu yang mengkhawatirkan dalam beberapa dekade terakhir. Penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa sendiri telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian oleh Maulana Ali Musthofa di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup modern berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa.(Musthofa, 2023)

Sementara itu, Penelitian dalam Jurnal Pengembangan Wiraswasta oleh Adibah Yahya menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan serta gaya hidup yang cenderung hedonis berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif.(Yahya, 2021) Selain itu, penggunaan uang elektronik yang semakin populer juga memudahkan transaksi, sehingga mendorong mahasiswa untuk lebih boros dalam pengeluaran. Penelitian di Universitas Pendidikan Ganesha oleh Dias Kanserina juga menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang rendah dan gaya hidup konsumtif memiliki hubungan signifikan dengan pola konsumsi mahasiswa.

Selain itu, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga semakin berkembang dalam perilaku konsumtif mahasiswa. FOMO merupakan kondisi psikologis di mana seseorang merasa khawatir akan kehilangan pengalaman atau tren yang sedang berlangsung. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kayla Rahma Fitria dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara FOMO dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Generasi Z. Mahasiswa dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih besar, terutama dalam konteks pembelian impulsif dan penggunaan media sosial yang berlebihan (Apolo & Kurniawati, 2023).

Dalam Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan bertentangan dengan prinsip hidup sederhana dan bijaksana dalam mengelola sumber daya. Oleh karena itu, penting untuk

mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, termasuk pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki mahasiswa tentang konsumsi dalam Islam dan aplikasi praktis dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dalam Islam kita diajarkan untuk tidak berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan menghindari segala bentuk pemborosan *(israf)*. Sebagaimana yang telah difirmankan oleh Allah dalam Surah Al-A'raf (7:31) berikut:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ

Artinya: "*Hai anak cucu Adam, pakailah perhiasanmu pada setiap masjid dan makan serta minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan*." (Q.S. Al-A'raf: 31).

Ayat ini mengajarkan umat Islam untuk mengonsumsi dengan bijak, tanpa melakukan pemborosan, yang dalam konteks ekonomi dapat merugikan diri sendiri. Dalam ajaran Islam, konsumsi yang berlebihan atau konsumsi untuk kepuasan pribadi semata tanpa memperhatikan kesejahteraan orang lain adalah sesuatu yang dilarang. Dengan demikian, mahasiswa yang belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam seharusnya lebih memahami bahwa konsumsi yang berlebihan bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam, yang lebih menekankan pada efisiensi dan kesederhanaan dalam segala hal, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan pribadi mereka.

Lebih jauh lagi, meskipun mahasiswa FEBI memiliki pengetahuan yang cukup tentang ajaran Islam terkait konsumsi, kenyataannya mereka sering kali terjerumus dalam perilaku yang bertentangan dengan ajaran tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan saja tidak cukup untuk mengubah perilaku. Dalam banyak hal, meskipun mereka mengetahui bahwa Islam melarang pemborosan, pengaruh dari luar sering kali lebih kuat dalam menentukan perilaku mereka.

Hal ini juga didukung oleh hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN STS Jambi dari angkatan 2021-2023 memberikan gambaran awal tentang pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dapat dilihat pada Lampiran 1. Survei menunjukkan hasil yang relevan terkait pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Pada variabel pengetahuan konsumsi Islam, sebanyak 80% responden memahami pentingnya memilih produk halal dalam konsumsi sehari-hari, sementara 77% selalu

memastikan produk yang dibeli memiliki label halal yang sah. Sebanyak 73% mahasiswa setuju bahwa konsumsi harus dilakukan sesuai dengan etika yang diajarkan Islam, dan 70% di antaranya menghindari pemborosan (*israf*) dalam pengeluaran. Selain itu, 67% responden mempertimbangkan dampak sosial dari barang yang mereka konsumsi, dan 70% merasa bertanggung jawab untuk mengelola pengeluaran mereka sesuai dengan kebutuhan utama.

Pada aspek gaya hidup, sebanyak 70% responden mereka berusaha mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan prinsip Islam, bukan sekadar mengikuti tren, dan 67% menghindari kegiatan yang mengarah pada pemborosan atau hal yang tidak bermanfaat. Dari segi minat, 67% mahasiswa menunjukkan ketertarikan besar terhadap produk yang sedang populer di media sosial, dan 60% lebih memilih barang yang memiliki manfaat *(maslahah)* daripada hanya menarik secara visual. Selain itu, 60% responden menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan nilai kebermanfaatan *(maslahah)* sebelum menerima opini orang lain tentang suatu produk, dan 57% sering meminta pendapat teman sebelum membeli barang tertentu.

Pada aspek perilaku konsumtif, hasil survei menunjukkan bahwa 63% mahasiswa memiliki niat membeli barang karena pengaruh lingkungan sosial, sementara 67% berencana membeli barang meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan. Sebanyak 67% mahasiswa membeli barang mewah untuk meningkatkan citra diri mereka, dan 70% merasa puas membeli barang bermerek meskipun harganya tinggi. Sebanyak 70% responden mengaku terdorong membeli barang karena ekspektasi norma sosial, dan 63% sering membeli barang hanya untuk mengikuti tren sosial. Namun, hanya 50% mahasiswa yang merasa mampu mengendalikan keinginan untuk membeli barang yang tidak diperlukan, dengan 60% mengaku sering membeli barang secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan diatas diperoleh bahwa meskipun teori konsumsi Islam telah banyak dibahas dalam berbagai literatur, terdapat kesenjangan antara pengetahuan mahasiswa mengenai konsumsi Islam dan praktik yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memahami konsep konsumsi Islam, praktik konsumsi mereka sering kali tidak mencerminkan prinsip tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan saja tidak cukup untuk mengubah perilaku konsumsi mahasiswa. Faktor eksternal seperti gaya hidup dan tekanan lingkungan memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membentuk kebiasaan konsumtif mahasiswa. Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut, dengan fokus pada bagaimana pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup memengaruhi

perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu peneltian ini bertujuan untuk menganalisis "Pengaruh Pengetahuan Konsumsi Islam dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**"**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya memperbaiki pola konsumsi di kalangan mahasiswa, serta mengedukasi mereka tentang cara hidup yang lebih bijak sesuai dengan prinsip ajaran Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan objek penelitian berupa mahasiswa angkatan 2021 hingga 2023. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2.154 orang, dan penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 96 responden yang dipilih secara acak (random sampling) dan proporsional per angkatan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi non-partisipan terhadap pola konsumsi mahasiswa, penyebaran kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin sebagai instrumen utama, serta dokumentasi dari sumber literatur relevan untuk mendukung landasan teori. Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yakni pengetahuan konsumsi Islam, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, yang masing-masing dijabarkan dalam indikator operasional. Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam pengambilan data.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, diawali dengan uji instrumen (validitas dan reliabilitas), dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Setelah memenuhi asumsi, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel, sedangkan uji F untuk melihat pengaruh simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

HASIL

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen telah berdistribusi normal atau tidak.Untuk mendeteksi normalitas data, dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik yaitu berupa uji kolmogrov smirnov, dan grafik histogram. Berikut hasil olah data SPSS 22 menggunakan *uji kolmogrov smirnov* dan grafik histogram, yaitu:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

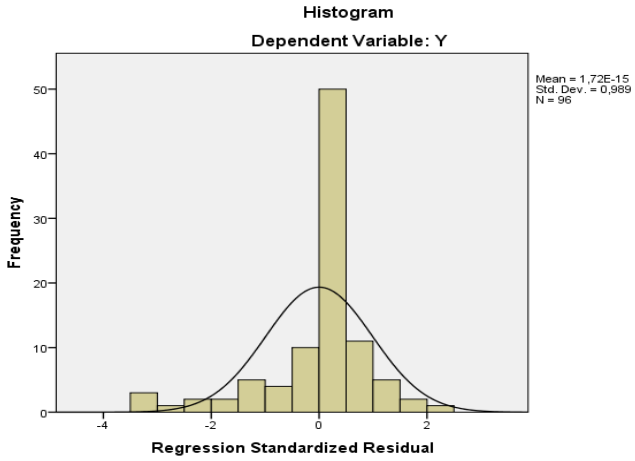
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	11,05861175
Most Extreme Differences	Absolute	,234
	Positive	,145
	Negative	-,234
Kolmogorov-Smirnov Z		,234
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1. diketahui nilai signikansi sebesar 0,200, hal ini berarti nilai signifikan 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar di atas, terlihat bahwa grafik histogram berdistribusi normal dengan bentuk histogram tidak condong ke kiri atau ke kanan, artinya bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikoliniearitas

Uji ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas (independen). Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Deteksi tidak terjadinya multikolinearitas pada ketentuan apabila nilai tolerance value masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 (10%) *dan variance inflationfactor* (VIF) masing-masing variabel independen berada di bawah 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikoliearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8,592	10,915		-,787	,433		
	X1	-1,877	,694	-,389	-2,704	,008	,233	4,300
	X2	4,456	,605	1,060	7,367	,000	,233	4,300

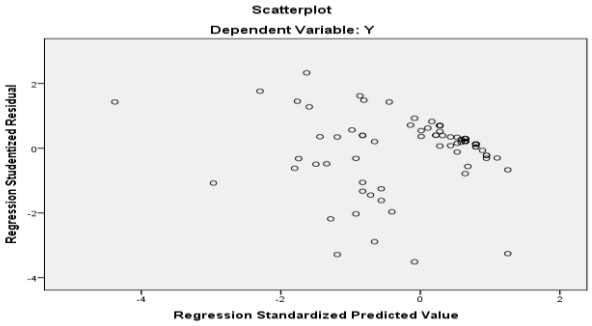
a. Dependent Variable

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan nilai VIF dari variabel independen adalah pengetahuan konsumsi Islam (X1) dengan nilai tolerance 0.233> (0,1) dan VIF hitung (4,300) < 10. Gaya hidup (X2) dengan nilai tolerance 0,233> (0,1) dan VIF hitung (4,300) < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai tolerance masing-masing variabel independen berada diatas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen dibawah 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan yang ke pengamatan yang lain.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu y, dan tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas. Maka kesimpulan variabel independen yang diuji menggunakan *scatterplot* tidak terjadi heteroskedastisitas atau data tidak homogeny.

4. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat bantu program komputer spss. Berdasarkan hasil yang diolah terdapat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,592	10,915		,787	,433
	x1	,877	,694	,389	2,704	,008
	x2	,456	,605	1,060	7,367	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat konstanta (nilai a) sebesar 8.592, untuk pengetahuan konsumsi Islam (nilai b) sebesar 0.877, dan gaya hidup(nilai b) sebesar 0,456. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$= 8.592 + 0.877 + 0{,}456 + e$$

Persamaan regresi linear tersebut dapat di interprestasikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) = 8.592

Ini berarti jika semua variabel independen dianggap sama dengan nol (0) maka nilai variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 8.592.

b. Nilai koefisien regresi pengetahuan konsumsi Islam (X1) = 0,877

Nilai koefisien pengetahuan konsumsi Islam bertanda positif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisen regresi sebesar 0,877. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antar variabel pengetahuan konsumsi Islam dengan perilaku konsumtifmahasiswa.

c. Nilai koefisien regresi gaya hidup (X2) = 0,456

Nilai koefisien persepsi gaya hidup bertanda positif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisen regresi sebesar 0,456. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antar variabel gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah pengaruh masingmasing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) bermakna atau tidak. Kriteria yang digunakan sebagai berikut

1) bila t hitung > t tabel atau sig. < (0,05), maka Ho ditolak Ha diterima.
2) bila t hitung < t tabel atau sig. > (0,05), maka Ho diterima Ha ditolak.

Berdasarkan hasil pengelolahan dengan program SPSS 22, maka didapat hasil uji t, yang hasilnya dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,592	10,915		,787	,000
	x1	,877	,694	,389	2,704	,000
	x2	,456	,605	1,060	7,367	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai thitung dari setiap variabel yaitu:

1) Nilai t hitung pada variabel pengetahuan konsumsi Islam (X1) adalah sebesar 2.704 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu (2.704> 1,986) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif pengetahuan konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2) Nilai t hitung pada variabel gaya hidup (X2) adalah sebesar 7.367 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu (7.367> 1,986) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkann bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $f\ htiung > f\ tabel$ maka model yang dirumuskan sudah tepat.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14329,415	2	7164,707	57,353	,000[b]
	Residual	11617,825	93	124,923		
	Total	25947,240	95			

a. Dependent Variable: y
b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengetahuan konsumsi Islam (X1) dan gaya hidup (X2) secara silmultan terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung > F tabel (57,353 > 3,094). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan konsumsi Islam, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

c. Hasil Uji Koefisien Determinan(R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka lebih baik

menggunakan Adjusted R square yang bernilai lebih kecil dari R square. Berikut hasil uji koefisien determinasi ($\boldsymbol{R^2}$) yang dihitung melalui SPSS 22:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinan($\boldsymbol{R^2}$)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743[a]	,552	,543	11,17689

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai *Adjuster R square* (R^2) adalah 0,543 atau 54,3% . Hasil ini menunjukkan bahwa 54,3% variabel pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan sisanya 45,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengetahuan Konsumsi Islam (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Dalam Islam, konsumsi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga memiliki dimensi spiritual dan moral. Oleh karena itu, pengetahuan konsumsi Islam merupakan pemahaman terhadap nilai-nilai dasar yang akan memengaruhi cara seseorang memilih kehalalan barang, memahami etika konsumsi dan menentukan prioritas serta tanggung jawab dalam berkonsumsi. Individu yang memiliki pemahaman baik tentang prinsip konsumsi Islam akan cenderung bersikap lebih bijak, hemat, dan bertanggung jawab dalam konsumsi sehari-hari.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada pengetahuan konsumsi Islam (X1) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Dengan nilai t hitung pada variabel pengetahuan konsumsi Islam (X1) adalah sebesar 2.704 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(2.704 > 1,985)$ dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka variabel pengetahuan konsumsi Islam memliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wanda Naura Ciptasari, dkk. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan konsumsi

Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi pengetahuan konsumsi Islam yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam berperilaku konsumtif sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Ciptasari et al., 2017).

Dari sisi praktis, hasil ini menunjukkan pentingnya pengetahuan konsumsi Islami di lingkungan kampus, baik melalui mata kuliah, seminar, maupun kegiatan ekstrakurikuler yang memperkuat nilai-nilai Islam dalam aspek kehidupan ekonomi mahasiswa. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan karakter mahasiswa yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga bijak dalam mengelola keuangan dan konsumsi sesuai prinsip-prinsip Islam.

Selain itu, hasil ini juga memberikan implikasi positif bagi pengambil kebijakan kampus, khususnya dalam merancang program penguatan literasi keuangan syariah dan konsumsi Islami. Mahasiswa sebagai generasi muda dan calon pemimpin masa depan sangat strategis untuk diarahkan agar memiliki pola konsumsi yang seimbang, tidak hedonis, namun tetap produktif dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumsi Islam merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, penguatan pengetahuan konsumsi Islam seharusnya menjadi bagian integral dari pembinaan karakter mahasiswa, terutama di lingkungan perguruan tinggi Islam.

2. Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Gaya hidup merupakan pola perilaku individu yang tercermin dari cara mereka menjalani kehidupan, mengatur waktu, mengelola keuangan, dan membuat keputusan konsumsi. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini, yang memengaruhi pilihan terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup sering kali dipengaruhi oleh tren, media sosial, pergaulan, serta kebutuhan untuk tampil sesuai ekspektasi sosial. Semakin konsumtif gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan atau simbol status.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Dengan nilai t hitung pada variabel gaya hidup (X2) adalah sebesar 7.367 dengan tingkat signifikan sebesar

0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($7.367 > 1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka variabel gayahidup memliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Secara sosiologis, mahasiswa berada pada fase perkembangan identitas dan pencarian jati diri. Dalam proses tersebut, gaya hidup menjadi sarana mereka untuk mengekspresikan diri. Namun, ketika gaya hidup tersebut terlalu menekankan pada simbol-simbol eksternal seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau tempat nongkrong yang sedang tren, maka hal ini bisa memicu perilaku konsumtif yang tidak sehat. Terlebih lagi, kemudahan akses terhadap informasi dan online shopping juga memperkuat pola konsumsi impulsif. Dengan kata lain, gaya hidup modern yang tidak dikontrol dengan baik dapat menjadikan konsumsi sebagai bentuk eksistensi diri, bukan sebagai pemenuhan kebutuhan rasional.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nailariza Umami, dkk. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel gaya hidupberpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam penelitian, ditemukan bahwa gaya hidup berkontribusi sebesar 18,9% terhadap perilaku konsumtif, sementara 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti status sosial ekonomi, pengaruh teman sebaya, dan literasi keuangan. Artinya, semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya (Umami & Maryani, 2023).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam mengikuti tren gaya hidup modern, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi berlebihan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran dalam mengelola gaya hidup agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan, baik secara ekonomi maupun secara psikologis.

3. Pengaruh Pengetahuan Konsumsi Islamdan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Dalam pendekatan perilaku konsumen Islam, faktor internal seperti pengetahuan nilai-nilai agama dan faktor eksternal seperti gaya hidup berperan penting dalam membentuk pola konsumsi seseorang. Perilaku konsumtif tidak hanya

dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh sejauh mana nilai dan gaya hidup seseorang mendorong atau membatasi perilaku konsumsi tersebut. Ketika pengetahuan seseorang tentang konsumsi Islami tinggi, ia akan lebih sadar dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal, tidak boros, dan bermanfaat. Di sisi lain, gaya hidup, terutama yang terbentuk dari lingkungan sosial dan budaya populer, juga turut menentukan kecenderungan konsumsi mahasiswa. Kombinasi keduanya dapat menciptakan pola konsumsi yang seimbang, atau sebaliknya, jika tidak dikendalikan menjadi konsumtif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumsi Islam (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai F hitung sebesar 57,353 yang jauh lebih besar dari F tabel sebesar 2,070. Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, yang berarti kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh bersama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa tidak hanya satu faktor yang dominan, melainkan kombinasi dari dua faktor yang saling melengkapi.

Lebih lanjut, hasil nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,543 menunjukkan bahwa 54,3% dari variasi perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup secara bersama-sama. Sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini, seperti pengaruh media sosial, literasi keuangan, lingkungan keluarga, dan tekanan kelompok teman sebaya. Nilai koefisien determinasi yang cukup tinggi ini menggambarkan bahwa dua variabel ini memiliki kontribusi besar terhadap bentuk dan arah perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga menjadi indikator yang layak diperhatikan dalam perencanaan kebijakan edukasi konsumen, khususnya di lingkungan perguruan tinggi Islam.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Aulia Rizki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Konsumsi Islam dan Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsumsi Islam dan semakin besar pengaruh gaya hidup dalam keseharian mereka, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam berperilaku konsumtif (Rizki, 2022). Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kedua variabel independen

tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa, yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kebijakan atau edukasi mengenai pola konsumsi yang lebih bijak sesuai dengan prinsip Islam.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, mahasiswa yang memahami nilai-nilai konsumsi Islam tetapi juga memiliki gaya hidup tertentu akan cenderung menunjukkan pola konsumsi yang khas, tergantung pada kekuatan masing-masing faktor. Temuan ini memberikan masukan penting bagi kampus dan pembuat kebijakan pendidikan untuk menyeimbangkan antara pendidikan nilai Islami dan pemahaman tentang gaya hidup yang sehat.

Implikasi praktis dari hasil ini sangat relevan dalam pengembangan kurikulum pendidikan tinggi Islam. Pengetahuan konsumsi Islam perlu diperkuat melalui pendekatan aplikatif, seperti pendidikan keuangan syariah, pelatihan manajemen konsumsi, serta pembinaan gaya hidup Islami yang seimbang. Bagi institusi pendidikan, hasil ini juga mendorong pentingnya sinergi antara pembelajaran nilai dan pengembangan karakter mahasiswa yang adaptif namun tidak konsumtif secara berlebihan. Penguatan literasi konsumsi syariah juga perlu menjadi bagian dari kebijakan kampus sebagai respons terhadap tantangan budaya konsumerisme yang kian kuat di kalangan mahasiswa.

Sebagai rekomendasi, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain seperti pengaruh media sosial, lingkungan keluarga, atau tingkat literasi keuangan yang dapat memberikan gambaran lebih utuh tentang faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Pendekatan kualitatif atau mixed-method juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam motif dan persepsi mahasiswa dalam mengonsumsi, sehingga dapat memperkaya pemahaman teoritis dan praktis dalam bidang perilaku konsumen syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengetahuan konsumsi Islam dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, diperoleh kesimpulan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Pengetahuan konsumsi

Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap prinsip konsumsi dalam Islam, semakin kuat kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hal ini tercermin dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2.704 > 1.986) dengan tingkat signifikansi 0,000.

Gaya hidup juga ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan gaya hidup modern yang tinggi cenderung memiliki kecenderungan konsumtif yang lebih besar, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji t (7.367 > 1.986) dan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai F hitung sebesar 57,353 yang jauh lebih tinggi dari F tabel 3,094 dan tingkat signifikansi 0,000.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan perspektif perilaku konsumen dalam konteks ekonomi Islam, dengan menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak semata-mata dipengaruhi oleh dorongan gaya hidup, tetapi juga dibentuk oleh pemahaman keagamaan yang bersifat normatif. Integrasi antara nilai keislaman dan gaya hidup menjadi variabel kunci dalam membentuk perilaku konsumsi generasi muda muslim di era modern.

Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel-variabel lain seperti literasi keuangan, pengaruh media sosial, dan tekanan kelompok sebaya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan perilaku konsumtif. Pendekatan campuran (mixed-method) juga dapat digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam dimensi subjektif dan kontekstual dari pola konsumsi mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Alawiyah, T., Mutia, A., & Tanjung, F. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Mahasiswa Kota Jambi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(3), 184–198. 10.26858/ijosc.v1i1.19316

Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(6), 3847–3858. https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10706005_4A220124184738.pdf

Aulia Rizki. (2022). *Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, dan Gaya Hidup*

terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh (Vol. 33, Issue 1). https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/24492/1/Aulia%20Rizki,170602166,%20FEBI,%20ES,%20082366600079.pdf

Ciptasari, W. N., Andayani, E., & Yudiono, U. (2017). Perilaku konsumtif: Literasi keuangan, pengetahuan ekonomi dan modernitas individu. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, *2*(1). https://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/6310

Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, *6*(1). https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1169

Hartiningsih, M., Reza, R., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, *1*(2), 1–9. https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.905

Juliyanto, M. S. (2024). Sejarah Pemikiran Ekonomi Neo-Klasik, Kapitalisme, Sosialisme, dan Keynesian. *Jurnal Ilmiah Research Student*, *1*(3), 1–9. https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.610

Kadri, H. A. (2022). Dampak pemahaman ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara T.A 2020/2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, *2*(3), 1–14. https://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/1549

Martaliah, N., Rezeki, S., & Anita, E. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi). *Nusantara Hasana Journal*, *2*(3), 331–341. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/1058

Musthofa, M. A. (2023). *Persepsi Mahasiswa terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Sosiologi UIN Jakarta Angkatan 2016)* (Vol. 13, Issue 1). https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/75625/1/MAULANA%20ALI%20MUSTHOFA.FISIP.pdf

Nurfadilah, F., & Rohmah Maulida, I. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba terhadap Penggunaan Shopeepaylater ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 63–66. https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1751

Priyono, Z. I. and. (2012). *Teori Ekonomi*. Jakarta: Dharma Ilmu.

Rizki, A. (2022). *Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-raniry Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry. https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Kutubkhanah/article/view/25968

Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, *1*(2), 137–151. https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jcsr/article/view/1165

Sumartun, & Dwi Setya Nugrahini. (2022). Pengaruh Pengetahuan tentang Ekonomi Syariah dan Pengalaman Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018-2021). *Falahiya: Journal of Islamic*

Banking and Finance, *1*(1), 62–78. https://doi.org/10.21154/falahiya.v1i1.662

Umami, N., & Maryani, M. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMIUNIVERSITAS BHINNEKA PGRI SEMESTER VIII TAHUN AKADEMIK 2021/2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *1*(9), 971–979. 10.55681/armada.v1i9.824

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *23*(1), 37. https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506