

STUDY OF STUDENTS' CONSUMPTION BEHAVIOR IN THE PURCHASE OF FASHION PRODUCTS IN THE CITY OF PALANGKA RAYA ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE

Wahyu Akbar^a, Jefry Tarantang^b, Maulida Sa'diah^c

^aFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, wahyu.akbar@iain-palangkaraya.ac.id, IAIN Palangka Raya

^bFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, hukumtarantang@gmail.com, IAIN Palangka Raya

^cFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maulida.saadiah@gmail.com, IAIN Palangka Raya

ABSTRAK

Consumer behavior in accordance with the provisions of the Qur'an and As-Sunnah will certainly lead to goodness, blessing and maslahah. The needs of every human being are not just to eat and drink, but also in terms of appearance. So based on this to find out more about how consumer behavior towards the purchase of *fashion* products. This study aims to determine the consumer behavior towards the purchase of *fashion* products on students. Then the consumption behavior of purchasing *fashion* products for IAIN Palangka Raya students and UPR students is viewed from the perspective of Islamic economics. This research is a field research using a qualitative approach and analyzed holistically. The subjects in this study were students consisting of 10 IAIN Palangka Raya students and 10 UPR students. Data collection techniques by observation, interviews and documentation. The results showed that of the students of IAIN Palangka Raya and UPR, there were 5 people who were extravagant because they always followed their passions and sought pleasure while the other 15 were frugal because they knew the limits of consumption and had also been accustomed from a young age not to be extravagant in their consumption. use property. Of the two differences are influenced by personality factors as well as social factors. An overview of Islamic economics on consumption behavior is that it does not apply extravagantly and excessively and does not apply dzalim, because Islamic economics has the main goal of seeking maslahah to achieve success and prosperity in life in this world and the hereafter.

Keywords: student consumption behavior, fashion products, Islamic economics

ABSTRAK

Perilaku konsumen yang sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah tentu akan membawa pada kebaikan, keberkahan dan maslahah. Kebutuhan setiap manusia tidak hanya sekedar makan dan minum, akan tetapi juga dalam segi penampilan. Maka berdasarkan hal tersebut untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian produk *fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perilaku konsumsi terhadap pembelian produk *fashion* pada mahasiswa. Kemudian Perilaku konsumsi terhadap pembelian produk *fashion* pada mahasiswa IAIN Palangka Raya dan mahasiswa UPR ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif dan dianalisis secara holistik. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang terdiri dari 10 mahasiswa IAIN Palangka Raya dan 10 mahasiswa UPR. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari mahasiswa IAIN Palangka Raya dan UPR terdapat 5 orang yang bersikap boros dikarenakan selalu mengikuti hawa nafsu dan mencari kesenangan semata sedangkan 15 lainnya bersikap hemat dikarenakan mereka mengetahui batasan-batasan dalam berkonsumsi dan juga memang sudah dibiasakan dari kecil untuk tidak boros dalam menggunakan harta. Dari kedua perbedaan tersebut dipengaruhi oleh faktor kepribadian dan juga faktor sosial. Tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku konsumsi yaitu tidak berlaku boros dan berlebihan serta tidak berlaku dzalim, sebab ekonomi islam memiliki tujuan utama yaitu untuk mencari maslahah untuk mencapai kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat.

Kata Kunci: perilaku konsumsi mahasiswa, produk *fashion*, Ekonomi Islam

1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumen merupakan tahapan-tahapan ataupun langkah yang di tempuh dan dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan (Rifani et al., 2018). Setiap konsumen menggunakan pendapatannya untuk membeli berbagai barang ataupun jasa dan bagaimana mereka menentukan berapa yang akan dikonsumsi untuk sekarang dan berapa yang akan di tabung untuk dikonsumsi nanti. Mengonsumsi merupakan hal yang harus dilakukan dalam kehidupan manusia agar dapat mempertahankan hidupnya. Konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai suatu masalah. Maksud dari masalah disini adalah penggunaan asumsi manusia yang bertujuan mencari kepuasan maksimum dan tidak dapat menjelaskan apakah barang yang didapat memberikan manfaat atau kebaikan bagi yang menggunakan atau mengkonsumsinya.

Kegiatan konsumsi dalam kehidupan setiap manusia tidak hanya sekedar makan dan minum, akan tetapi menunjang penampilan sehari-hari dengan cara membeli produk *fashion*. *Fashion* merupakan model, cara, gaya ataupun kebiasaan berpakaian seseorang sebagai penunjang penampilan. Sedangkan produk *fashion* tidak hanya berkaitan dengan gaya dalam berpakaian saja, akan tetapi berhubungan juga dengan gaya aksesoris, kosmetik, gaya rambut, dan lain-lain yang dapat menunjang penampilan seseorang yang menunjukkan identitas dari pemakainya. Pada dasarnya semua produk *fashion* yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap konsumen.

Konsumsi dilakukan oleh semua kalangan masyarakat dari berbagai tingkat usia, akan tetapi semua tingkat usia memiliki kebutuhan dan keinginan konsumsi yang berbeda (Sumarwan & Tjiptonon, 2019). Di antara lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi salah satunya adalah remaja. Mahasiswa itu sendiri masuk dalam kelompok remaja. Dikalangan remaja, *fashion* merupakan gaya hidup karena merupakan suatu kebutuhan dalam melakukan kegiatan sehari-hari seperti kuliah. beberapa mahasiswa dalam melakukan pembelian produk *fashion* didasari oleh keinginan sehingga mendapatkan kepuasan tersendiri bagi subjek tersebut (Marianty, 2014). Selain keinginan untuk mendapatkan kepuasan, pengaruh lingkungan sekitar juga ikut mendorong para subjek untuk melakukan pembelian produk *fashion*. Untuk memenuhi kebutuhan yang dalam hal ini adalah produk *fashion* maka mahasiswa melakukan pembelian produk menggunakan uang yang berasal dari orang tua, beasiswa, menabung dan ada juga yang bekerja sampingan.

Tentu terdapat perbedaan alasan dan faktor setiap individu khususnya pada mahasiswa dalam keputusan pembelian *fashion*. Hal ini sangat menarik untuk dikaji dalam sebuah penelitian. Kemudian melihatnya dari sisi ekonomi islam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus kepada factor-faktor keputusan pembelian Konsumen. Beberapa penelitian menyebutkan Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa factor, seperti kebudayaan, teman, pekerjaan dan hobi (Ceasar, 2017). Selain itu juga keputusan pembelian terkadang dilatarbelakangi oleh rasa gengsi (Hasan, 2018). Sebagai mahasiswa, beberapa ada yang terpengaruh oleh media digital seperti online shop dalam berbelanja *fashion* (F. A. Akbar et al., 2020). Masih sedikit yang membahas tentang keputusan pembelian produk *fashion* pada mahasiswa, terlebih bila ditinjau dari pandangan ekonomi islam. karenanya penelitian ini menarik untuk diteliti untuk memberikan kontribusi terkait perilaku konsumsi mahasiswa dalam pembelian produk *fashion* ditinjau dari ekonomi islam.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif (Harahap, 2020). Data pada penelitian ini menggunakan data lapangan (Darmalaksana, 2020) sebagai sumber primer. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu juga menelaah beberapa kajian tertulis terkait tema penelitian ini. Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang ada di Kota Palangka Raya, terdiri dari 10 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dan 10 Universitas Palangka Raya (UPR) yang beragama islam. Data dianalisis dengan beberapa tahapan yaitu pengumpulan, pemilahan, penyajian dan penarikan kesimpulan (Wijaya, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Perilaku konsumsi terhadap pembelian produk *fashion* pada mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 5 dari 20 Mahasiswa yang diteliti berlaku boros dan berlebihan dalam membeli produk *fashion*. Kebanyakan diantaranya adalah membeli produk *fashion* pakaian. Perilaku konsumsi secara berlebihan tidaklah baik, karena termasuk dalam perilaku konsumtif (Lestarina et al., 2017). Karena perilaku konsumtif bisa ada dilingkungan mana saja. Ada

beberapa aspek yang terdapat dalam perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid yang dikutip Rahmah dkk (Rahmah & Idris, 2018) di antaranya adalah:

1) Pembelian Impulsif (Impulsive Buying)

Impulsive Buying merupakan perilaku seseorang yang apabila dalam membeli sesuatu tidak direncanakan terlebih dahulu yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera (Komala, 2019). Dorongan pembelian ini adalah sifat foya-foya, sehingga aspek ini mudah terjadi karena adanya keinginan konsumen yang berubah-ubah (Chrisnawati & Sri, 2011). Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang berperilaku membeli suatu barang hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan yang sesaat, tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi di kemudian hari. Dalam penelitian ini teman dan faktor lingkungan disekitar yang memengaruhi seorang konsumen untuk melakukan pembelian produk *fashion* yang tidak direncanakan ataupun hanya keinginan sesaat.

2) Pemborosan atau berlebihan

Boros merupakan sesuatu yang berlebih-lebihan dalam pemakaian uang, barang dan sebagainya (Ridwan & Andriyanto, 2019). Dari hasil wawancara peneliti pada mahasiswa yang membeli barang secara berlebih-lebihan sering terjadi kepada mahasiswa yang sudah mendapatkan penghasilan sendiri atau bekerja dan juga mahasiswa yang mendapat beasiswa. Karena sudah memiliki penghasilan sendiri maka dari itu mendorong untuk melakukan pembelian produk *fashion* secara berlebihan.

3) Mencari Kesenangan (Non Rational Buying)

Setiap orang tentu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda khususnya dalam mencari kesenangan. Suatu perilaku dimana konsumen membeli barang yang tujuannya semata-mata hanya untuk mencari kesenangan (Quddus, 2021). Dalam hal ini mahasiswa menyadari bahwa yang paling utama adalah kebutuhan dalam berpakaian tidak berlebihan dan sesuai dengan kebutuhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika setiap mahasiswa yang sudah memiliki penghasilan sendiri tentu akan berbeda dengan mahasiswa yang pendapatannya masih dari orang tua. Mahasiswa yang sudah memiliki penghasilan sendiri cenderung lebih bebas dalam melakukan pembelian terhadap produk *fashion*. Mereka merasa penghasilan yang didapat memang sudah sewajarnya dipakai untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan mereka. Karena uang yang didapatkan dari bekerja akan berbeda dengan uang yang diberikan orang tua. Hal ini sejalan dengan pendapat Pangestika bahwa pendapatan juga mempengaruhi sikap konsumsi (Pangestika, 2022). Akan tetapi konsumsi yang berlebihan dan hanya mementingkan hawa nafsu tidaklah baik karena hal tersebut hanya dapat memenuhi kepuasan secara sementara (W. Akbar & Islamy, 2021).

Hasil penelitian juga menunjukkan *fashion* yang sering dibeli adalah pakaian. Kebanyakan adalah mengikuti *trend mode* (Kusumaningrum, 2003) pakaian. Sehingga pakaian-pakaian yang tertinggal modelnya tidak dipakai padahal masih ada manfaatnya. Mahasiswa dalam memilih produk *fashion* cenderung lebih menonjolkan keinginan daripada kebutuhan. Mahasiswa sering melupakan apa yang dinamakan kebutuhan dan keinginan. Hal tersebut didapat karena masih ada saja mahasiswa yang suka membeli sesuatu berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan, seperti membeli barang karena hanya sekedar ikut-ikutan teman. Apabila keinginan tersebut terpenuhi maka hasil yang didapat dalam bentuk kepuasan. Akan tetapi juga masih banyak mahasiswa yang lebih mengutamakan kebutuhan dari pada keinginannya. Karena keinginan terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang atau jasa dan hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antar satu orang dengan orang lain.

Alasan faktor diatas menjadikan rujukan bahwa sikap konsumsi yang dilakukan beberapa mahasiswa termasuk dalam sikap boros. Beberapa faktor dari hasil penelitian yang menunjukkan alasan mahasiswa bersikap boros adalah terpengaruh pergaulan teman, ada juga yang sudah menjadi kebiasaan berbelanja secara berlebihan, ingin membahagiakan diri sendiri, ataupun memang sudah menjadi kebiasaan berperilaku konsumtif. Maka dari itu dapat diketahui bahwa faktor yang paling memengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor akibat pergaulan teman-teman di lingkungan sekitar, ekonomi yang mencukupi dan juga kepribadian setiap orang yang memang sudah terbiasa bersikap boros. Penelitian ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Oktafikasari bahwasanya faktor lingkungan dan pengetahuan menjadi faktor yang mempengaruhi sikap konsumtif (Oktafikasari & Mahmud, 2017).

b. Perilaku konsumsi terhadap pembelian produk *fashion* pada mahasiswa tinjauan Ekonomi Islam

Teori konsumsi dalam Islam yaitu upaya memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan masalah, kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) (Furqon, 2018). Tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT, karena konsumsi selalu di dasari niat dalam ketaatan pengabdian kepada Allah SWT, sehingga menjadikan konsumsi juga bernilai ibadah.

Sebagaimana dijelaskan konsumsi produk *fashion* yang dilakukan oleh mahasiswa sebagaimana data yang diperoleh peneliti bahwa *fashion* sebagai penunjang penampilan dan gaya hidup dalam melakukan kegiatan sehari-hari, sebagai contoh saat menuntut ilmu (ibadah) di lingkungan kampus. Kebutuhan manusia berfungsi secara sempurna dan lebih mulia dibandingkan makhluk-makhluk lainnya, misalnya pakaian yang berfungsi sebagai penutup aurat, sepatu dan sandal sebagai pelindung kaki dan lain sebagainya. Hal tersebutlah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya seperti hewan. Sedangkan keinginan merupakan suatu yang berhubungan dengan hasrat yang apabila terpenuhi belum tentu dapat meningkatkan kesempurnaan fungsi sebagai manusia. Konsumsi dalam ekonomi Islam dikendalikan oleh beberapa prinsip seperti prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan dan prinsip moralitas (Idri, 2021).

Perilaku konsumsi yang kurang mempertimbangkan aspek kebutuhan akan mengarah kepada ketidakseimbangannya antara pemasukan dan pengeluaran yang terjadi pada mahasiswa. Sebaliknya perilaku konsumen yang mempertimbangkan aspek kebutuhan akan mengarah pada kebaikan karena telah memprioritaskan apa yang seharusnya didahulukan, sehingga akan terhindar dari sikap boros dan berlebih-lebihan. Dikatakan berlebih-lebihan apabila dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari di luar batas kewajaran, yaitu berlebih-lebihan dalam hal makanan, berpakaian, pemenuhan hiburan dan lain sebagainya yang sifatnya hanya ingin mencari kesenangan. Apabila seorang konsumen membelanjakan hartanya untuk kebutuhan hidupnya secara layak atau wajar maka tidak termasuk orang-orang yang boros. Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (israf) (Sulastri, 2019). Harta atau apapun yang ada di dunia ini pada hakikatnya milik Allah SWT, sementara harta yang ada di tangan manusia hanya berupa titipan yang akan dipertanggungjawabkan di hari perhitungan kelak maka dari itu setiap individu agar bisa menggunakan harta sesuai dengan perintah Allah SWT (Tarantang et al., 2021).

Ekonomi islam memberikan rambu-rambu prinsip yang dapat diterapkan dalam hal perilaku konsumsi (Afrina, 2019). Prinsip keadilan menjelaskan bahwa sebagai manusia khususnya para mahasiswa dapat melakukan kegiatan konsumsi secara adil baik itu adil terhadap diri sendiri ataupun orang lain. Prinsip kebersihan, Islam menjunjung tinggi kebersihan, bahkan kebersihan merupakan bagian dari keimanan seseorang. Prinsip kesederhanaan (W. Akbar & Tarantang, 2018), prinsip kesederhanaan mengatur bagaimana perilaku manusia agar tidak bersikap berlebih-lebihan, karena sikap berlebihan hanya mengikuti hawa nafsu semata. Prinsip moralitas seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam, sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhannya tetapi juga ia akan merasakan kehadiran Allah SWT pada saat memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Pengetahuan terkait prinsip ini perlu diketahui oleh setiap pelaku ekonomi khususnya dalam hal konsumsi. Selain itu ekonomi islam juga memberikan rambu-rambu terkait mengenai pemeliharaan harta agar tidak salah dalam pengelolaannya. Maka dari itu dalam hal pembelian produk *fashion*, khususnya pakaian tidak dianjurkan dilakukan secara berlebih-lebihan, karena tujuan utama dari pakaian adalah untuk menutup aurat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa Perilaku konsumsi pada mahasiswa khususnya mahasiswa IAIN Palangka Raya dan UPR yang menjadi subjek secara garis besar tidak bertentangan dengan prinsip konsumsi yang ada dalam Ekonomi Islam kecuali yang bersikap boros. Perilaku konsumsi mahasiswa terhadap *fashion* cenderung boros jika mereka tidak diberikan pemahaman terkait Ekonomi Islam. Faktor kepribadian dan juga faktor sosial menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan perilaku konsumsi pada mahasiswa terhadap produk *fashion*. Perilaku konsumsi yang berlebihan dalam Ekonomi Islam menjadi perhatian penting sebab hal ini akan mengganggu keseimbangan pengeluaran dan pemasukan sehingga menimbulkan keburukan. Konsumsi dalam Islam bertujuan untuk memberikan manfaat sebab Ekonomi Islam memiliki salah satu prinsip yaitu keadilan agar memberikan keseimbangan baik di dunia maupun di akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Cetak:

Buku

- [1] Akbar, Wahyu, and Jefry Tarantang. *Manajemen Zakat (Hakikat Dan Spirit Alquran Surah At-Taubah [9]: 103)*. K-Media, 2018.
- [2] Darmalaksana, Wahyudin. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan." *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2020.
- [3] Harahap, Nursapia. "Penelitian Kualitatif," 2020.
- [4] Idri, Idri. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Lintas Pustaka, 2021.
- [5] Rifani, Ahmad, Siti Aliyati Albushairi, and Nuril Huda. "Perilaku Konsumen (Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran)." PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2018.
- [6] Sumarwan, Ujang, and Fandy Tjiptonon. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT Penerbit IPB Press, 2019.
- [7] Tarantang, Jefry, Wahyu Akbar, and Noor Misna. "Filantropi Islam (Regulasi Dan Implementasi Zakat Di Indonesia)." K-Media, 2021.
- [8] Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.

Jurnal

- [9] Afrina, Dita. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 23–38.
- [10] Akbar, Wahyu, and Athoillah Islamy. "Epistemologi Fikih Filantropi Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia The Epistemology of Fiqh Philanthropy in the Covid-19 Pandemic Period in Indonesia" 14, no. 2 (2021).
- [11] Chrisnawati, Dian, and M A Sri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian." *Jurnal Spirits* 2, no. 1 (2011): 1–14.
- [12] Furqon, Imahda Khoiri. "Teori Konsumsi Dalam Islam." *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2018).
- [13] Komala, Cucu. "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali." *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 248–66.
- [14] Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017).
- [15] Marianty, Resty. "Pengaruh Keterlibatan Fashion Emosi Positif Dan Kecenderungan Konsumsi Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal Magister Manajemen*, 2014, 1–15.
- [16] Oktafikasari, Eva, and Amir Mahmud. "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 3 (2017): 684–97.
- [17] Quddus, Muhammad Fathrul. "Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam." *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 43–60.
- [18] Rahmah, Nur, and Munadi Idris. "IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2018): 88–98.
- [19] Ridwan, Murtadho, and Irsad Andriyanto. "Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 11, no. 2 (2019): 273–84.

Prosiding

- [20] Akbar, Faiz Abdan, Ima Amaliah, and Aan Julia. "Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Masyarakat Indonesia Dalam Belanja Fashion Di Marketplace Dan E-Commerce." *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 2020, 93–97.

- [21] Hasan, Nurul Fatma. “Religiusitas Dan Perilaku Konsumsi Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Perantau Madura).” In *PROCEEDING: The Annual International Conference on Islamic Education*, 3:55–71, 2018.

Sumber Lain:

[22] Disertasi/Tesis/Tugas Akhir

- [23] Ceasar, Ibnul Jauzi Abdul. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan).” UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- [24] Kusumaningrum, Khomsiana. “Trend Mode Remaja Dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik Tentang Trend Mode Remaja Dalam Iklan-Iklan Pada Majalah Gadis, Aneka Yess Dan Cosmo Girl),” 2003.
- [25] Pangestika, Kinanti Widya. “Pengaruh Financial Literacy, Faktor Demografis, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Di DKI Jakarta.” STIE Indonesia Banking School, 2022.
- [26] Sulastri, Aisyah. “Mubazir Dan Israf Dalam Al-Quran Studi Tafsir Al-Kasysyâf „an Haqâiq at-Tanzil Wa „uyûn Al-Aqâwil Fî Wujûh at-Tawîl,” 2019.