

**PENGARUH NILAI KESEDERHANAAN,
PERTIMBANGAN *MASLAHAT*, DAN PENGARUH SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR PONOROGO**

TESIS



Oleh:

Andra Dwi Rahmat

501240001

PASCASARJANA PRODI EKONOMI SYARIAH

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO

2026

PONOROGO

**PENGARUH NILAI KESEDERHANAAN,
PERTIMBANGAN *MASLAHAT*, DAN PENGARUH SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR PONOROGO**

TESIS

**Diajukan pada Pascasarjana UIN Ponorogo sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister (S-2)
Program Studi Ekonomi Syariah**



Oleh:

Andra Dwi Rahmat

501240001

**PASCASARJANA PRODI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya, **Andra Dwi Rahmat, NIM 501240001, Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah** menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: “**Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan *Maslahat*, Dan Pengaruh Social Terhadap Perilaku Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Ponorogo**” ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk di mana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggung jawabkannya secara akademik dan secara hukum

Ponorogo, 6 April 2026

Pembuat Pernyataan,



Andra Dwi Rahmat
NIM 501240001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh Andra Dwi Rahmat, NIM 501240001 dengan judul: **"Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan *Maslahat*, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor"**, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang majelis *munaqashah* tesis.

Ponorogo, 5 April 2026

Pembimbing I,



Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

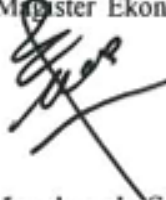
Pembimbing II,



Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.
NIP. 197905252003122002

Mengetahui,

Kaprodi ~~Manajemen~~ Ekonomi Syariah



Dr. Ely Masykuroh, S.E., MSl.
NIP. 197202111999032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO
PASCASARJANA

Alamat: Jl. Pramuka 156, Ronowijayan, Siman, Ponorogo 63471
Website: www.pasca.uinponorogo.ac.id Email: pasca@uinponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh Andra Dwi Rahmat, NIM 501240001, Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah dengan judul: *"Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Ponorogo"* telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munāqashah* Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo pada Hari Kamis, tanggal 23 April 2026 dan dinyatakan LULUS.

Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Tandatangan	Tanggal
1	Dr. Ridho Rokamah, S.Ag., MSI. NIP. 197412111999032002 Ketua Sidang		30/4 2026
2	Dr. Ely Masykuroh, S.E., MSI. NIP. 197202111999032003 Penguji Utama		29/4 2026
3	Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I NIP. 197801122006041002 Penguji 2		29/4 2026
4	Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak. NIP. 197905252003122002 Sekretaris		29/4 2026

Ponorogo, 23 April 2026
Ketua Pascasarjana,

H. Agus Purnomo, M.Ag.
NIP. 197308011998031001

PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andra Dwi Rahmat

NIM : 501240001

Fakultas : Ekonomi Syariah Pasca Sarjana UIN Ponorogo

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan *Maslahat*, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya

Ponorogo, 23 Mei 2026
Penulis

Andra Dwi Rahmat

UNIVERSITAS ISLAM N
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

ABSTRAK

Rahmat, Andra Dwi. 2026. Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan *Maslahat*, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Ponorogo. Pembimbing 1: Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I., Pembimbing 2: Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.

Kata kunci: perilaku konsumsi, nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, pengaruh sosial, Ibnu Khaldun.

Perilaku konsumsi mahasiswa pada era modern menunjukkan kecenderungan yang semakin kompleks, tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh nilai individu, pertimbangan manfaat, dan tekanan lingkungan sosial. Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepuasan material, tetapi juga harus dilandasi oleh prinsip kesederhanaan, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial. Namun demikian, sebagian besar penelitian mengenai perilaku konsumsi mahasiswa masih menggunakan pendekatan ekonomi konvensional dan teori perilaku konsumen modern, sehingga perhatian terhadap kerangka nilai dalam ekonomi Islam, khususnya pemikiran Ibnu Khaldun, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Darussalam Gontor dengan jumlah sampel sebanyak 321 responden yang dipilih menggunakan teknik probability sampling. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap perilaku konsumsi baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh nilai moral individu dan pengaruh lingkungan sosial yang membentuk pola konsumsi mereka. Hasil ini sekaligus memperkuat relevansi pemikiran Ibnu Khaldun yang menekankan pentingnya keseimbangan antara dimensi moral, rasional, dan sosial dalam membentuk perilaku konsumsi yang proporsional dan bertanggung jawab dalam kehidupan masyarakat.

ABSTRACT

Rahmat, Andra Dwi. 2026. The Influence of Simplicity Values, Maslahah Consideration, and Social Influence on the Consumption Behavior of Students at Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo. Supervisor I: Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I. Supervisor II: Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.

Keywords: consumption behavior, simplicity value, maslahah consideration, social influence, Ibn Khaldun.

Student consumption behavior in the modern era has become increasingly complex, as it is influenced not only by economic needs but also by individual values, perceived benefits, and social pressures. In the perspective of Islamic economics, consumption is not merely aimed at fulfilling material satisfaction, but should also be guided by the principles of moderation, public benefit (maslahah), and social responsibility. However, most previous studies on student consumption behavior have predominantly employed conventional economic approaches and modern consumer behavior theories, with limited attention to value-based frameworks in Islamic economics, particularly the thought of Ibn Khaldun. Therefore, this study aims to analyze the influence of simplicity values, consideration of maslahah, and social influence on the consumption behavior of students at Universitas Darussalam Gontor.

This study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to students of Universitas Darussalam Gontor, with a total sample of 321 respondents selected using probability sampling techniques. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS to examine the partial and simultaneous effects of the independent variables on consumption behavior.

The results indicate that simplicity values, consideration of maslahah, and social influence simultaneously have a significant effect on students' consumption behavior, with an F-test significance value of $0.000 < 0.05$. The main finding reveals that student consumption behavior is influenced not only by economic rationality but also by moral values and social environmental factors. These findings reinforce the relevance of Ibn Khaldun's thought, which emphasizes the balance between moral, rational, and social dimensions in shaping proportional and responsible consumption behavior in society.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

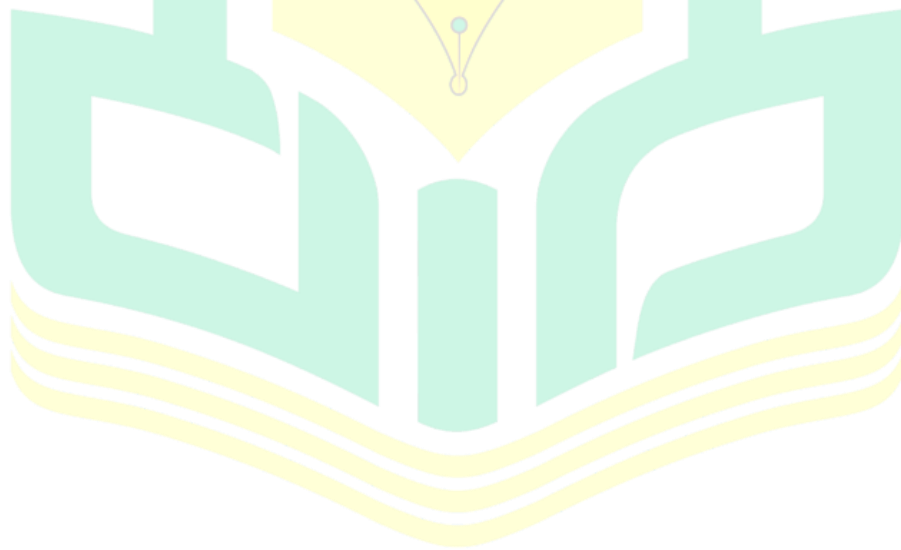
KIRI AGENG MUHAMMAD BESARI

PONOROGO

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKAS.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
A. Penyesuaian Perubahan Huruf.....	xii
B. Vokal Pendek	xiv
C. Vokal Panjang	xiv
D. Diftong.....	xiv
E. Pengecualian.....	xv
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori.....	8
B. Kajian Penelitian Yang Relevan	30
C. Kerangka Berfikir	57
D. Hipotesis Penelitian	58
BAB III	62
METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan Penelitian	62
B. Tempat dan Waktu penelitian	62
C. Populasi dan Sampel penelitian	63
D. Definisi Oprasional Variabel Penelitian.....	65
E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	68

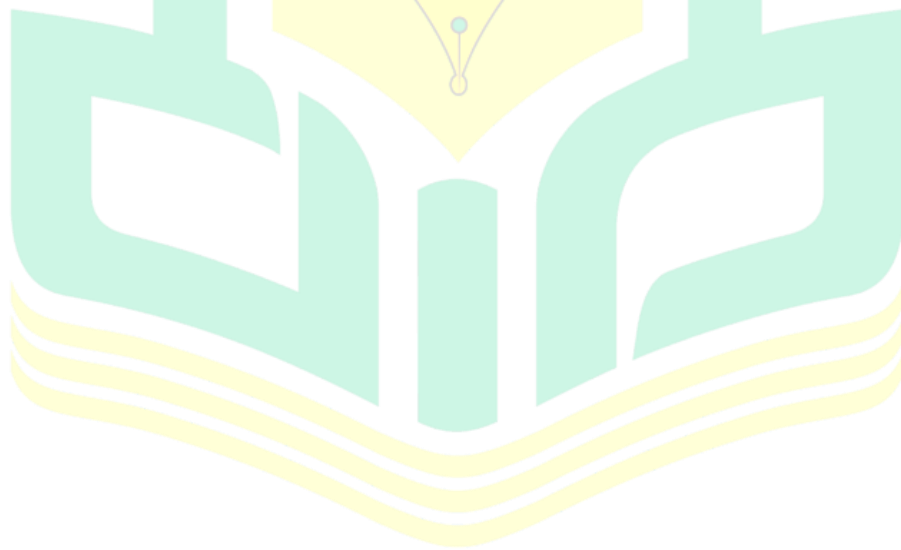
F. Teknik Validitas & Reliabilitas	71
G. Teknik Analisis Data	71
BAB IV.....	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Statistik Deskriptif.....	76
B. Statistik Inferensial.....	80
C. Pembahasan	92
BAB V	100
SIMPULAN DAN SARAN	100
A. SIMPULAN.....	100
B. SARAN	101
DAFTAR PUSTAKA	103
Lampiran	Error! Bookmark not defined.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel Penelitian	66
Tabel 3. 2 Skala Likert	69
Tabel 3. 3 Instrumen Pengumpulan Data	70
Tabel 4. 1 Semester	76
Tabel 4. 2 Program Studi	77
Tabel 4. 3 Uang Saku	78
Tabel 4. 4 Descriptive Statistics	79
Tabel 4. 5 Tabel Validitas Variabel	80
Tabel 4. 6 Tabel Reliabilitas Variabel	82
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan	91
Tabel 4. 12 Koefesiensi Determinasi (R^2)	92



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	58
Gambar 4. 1 Histogram.....	84
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot	85
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi ialah pemindahan tulisan dari teks Arab ke tulisan latin dengan mengacu pada standar *International Arabic Romanization*. Transliterasi tesis ini, baik pada keseluruhan kata, kalimat, dan ungkapan wajib mengacu dan memedomani standar tersebut secara baku dan konsisten demi menjadi tradisi akademik. Setiap kata, kalimat, dan ungkapan yang ditransliterasikan mesti ditulis miring (*italic*). Teks Arab untuk nama orang, tempat, atau lainnya tetap dilakukan transliterasi tanpa ditulis miring ketika belum menjadi tren atau belum terserap ke dalam kamus bahasa Indonesia.

A. Penyesuaian Perubahan Huruf

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
ء	,	سأل	<i>sa'ala</i>
ب	b	بدل	<i>Badala</i>
ت	t	تمر	<i>Tamr</i>
ث	th	ثورة	<i>thawrah</i>
ج	j	جمال	<i>Jamal</i>
ح	h	حديث	<i>Hadith</i>
خ	kh	خالد	<i>Khalid</i>
د	d	ديوان	<i>Diwan</i>
ذ	dh	مذهب	<i>madhhab</i>
ر	r	رحمن	<i>Rahman</i>
ز	z	زمزم	<i>Zamzam</i>

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
س	s	سلام	<i>Salam</i>
ش	sh	شمس	<i>Shams</i>
ص	s	صبر	<i>Sabr</i>
ض	d	ضمير	<i>damir</i>
ط	t	طاهر	<i>Tahir</i>
ظ	z	ظهر	<i>zuhr</i>
ع	'	عبد	<i>'abd</i>
غ	gh	غيب	<i>ghayb</i>
ف	f	فقه	<i>fiqh</i>
ق	q	قاضي	<i>qadi</i>
ك	k	كأس	<i>ka's</i>
ل	l	لبن	<i>laban</i>
م	m	مزمير	<i>mizmar</i>
ن	n	نوم	<i>nawm</i>
هـ	h	هبط	<i>habata</i>
و	w	وصل	<i>wasala</i>

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
ي	y	يسار	<i>Yasar</i>

B. Vokal Pendek

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
اَ	a	فعل	<i>fa'ala</i>
اِ	i	حسب	<i>hasiba</i>
اُ	u	كتب	<i>Kutiba</i>

C. Vokal Panjang

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
ا , اِ , اِى	a	كاتب , قضى	<i>katib, qada</i>
ي	i	كريم	<i>karim</i>
و	u	حروف	<i>huruf</i>

D. Diftong

Huruf Arab	Huruf Latin	Contoh	Transliterasi
اَوْ	aw	قول	<i>qawl</i>
اَيَّ	ay	سيف	<i>sayf</i>
يَّ	iiy (shiddah)	غني	<i>ghaniyy</i>

و	uww (shiddah)	عدو	'aduww
ي	i (nisbah)	الغزالي	al-Ghazali

E. Pengecualian

Pengecualian ketentuan di atas berlaku pada:

Huruf Arab ء (hamzah) pada awal kata ditransliterasikan menjadi a, bukan 'a.

Contoh: أكبر, transliterasinya: *akbar*, bukan '*akbar*.

Huruf Arab (ta' marbutah) pada kata tanpa (al) yang bersambung dengan perkataan lain ditransliterasikan menjadi 't'. Contoh: وزارة التعليم, transliterasinya:

Wizarat al-Ta'lim, bukan *Wizarah al-Ta'lim*. Namun, jika ada kata yang menggunakan (al) pada perkataan tunggal atau perkataan terakhir, ta' marbutah ditransliterasikan pada 'h', contoh:

- | | |
|---------------------|----------------------------------|
| a. المكتبة المنيرية | <i>al-Maktabah al-Muniriyyah</i> |
| b. قلعة | <i>qal'ah</i> |
| c. دار وهبة | <i>Dar Wahbah</i> |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumsi merupakan aspek fundamental dalam kegiatan ekonomi individu yang mencerminkan bagaimana seseorang memenuhi kebutuhannya melalui pengeluaran terhadap barang dan jasa. Dalam konteks ekonomi modern, konsumsi tidak hanya terbatas pada kebutuhan dasar, melainkan telah meluas menjadi bagian dari identitas sosial, simbol status, serta sarana aktualisasi diri¹. Fenomena ini semakin kompleks ketika konsumsi tidak lagi didorong oleh kebutuhan fungsional, melainkan oleh keinginan emosional, tekanan sosial, dan pengaruh budaya populer². Generasi muda, termasuk mahasiswa, menjadi kelompok yang rentan terhadap pola konsumsi yang impulsif dan tidak rasional. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumsi harus melibatkan pendekatan multidisipliner, termasuk pendekatan nilai. Dalam ekonomi Islam, konsumsi bukan sekadar tindakan ekonomi, tetapi juga aktivitas moral yang dibingkai dalam prinsip keadilan, kebermanfaatan, dan keseimbangan. Dengan demikian, penting untuk menelaah perilaku konsumsi mahasiswa dari perspektif yang lebih menyeluruh dan berlandaskan pada nilai-nilai Islam.

Dalam konteks global, perilaku konsumsi mengalami transformasi besar yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, industrialisasi, dan globalisasi budaya³. Pola konsumsi masyarakat dunia tidak lagi didorong oleh kebutuhan dasar, melainkan oleh tren, keinginan emosional, dan konstruksi sosial yang dibentuk melalui media massa dan digital. Fenomena ini memunculkan

¹ Banwari Mittal Millan, Elena, "Consumer Preference for Status Symbolism of Clothing: The Case of the Czech Republic," *Psychology & Marketing* 30, no. 6 (2017): 461–69, <https://doi.org/10.1002/mar>.

² Melanie Khamis, Nishith Prakash, and Zahra Siddique, "Consumption and Social Identity: Evidence from India," *Journal of Economic Behavior and Organization* 83, no. 3 (2012): 353–71, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.07.002>.

³ Yolanda Hani Putriani and Atina Shofawati, "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015): 570, <https://doi.org/10.20473/vol2iss20157pp570-582>.

konsumsi yang berlebihan (*overconsumption*) di berbagai belahan dunia, di mana masyarakat membeli barang bukan karena butuh, melainkan karena keinginan untuk memperlihatkan status sosial atau mengikuti gaya hidup⁴. Ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan ini telah menciptakan dampak besar terhadap lingkungan, sosial, dan psikologis⁵. Salah satu akibatnya adalah meningkatnya limbah konsumsi, eksploitasi sumber daya alam, dan ketimpangan akses terhadap barang kebutuhan pokok antar lapisan masyarakat. Oleh karena itu, muncul kesadaran di berbagai negara untuk mengedepankan konsep konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption*) yang lebih adil, sadar lingkungan, dan bermoral⁶. Pandangan ini juga sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan prinsip keseimbangan dan kebermanfaatan dalam konsumsi, sebagaimana yang dijelaskan oleh para pemikir klasik seperti Ibnu Khaldun.

Kecenderungan konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan aktual juga ditemukan di lingkungan mahasiswa Universitas Darussalam Gontor (UNIDA). Aktivitas konsumsi di kalangan mahasiswa tergolong tinggi, yang terlihat dari maraknya pembelian barang baik secara langsung maupun melalui sistem pembayaran berbasis *Cash On Delivery* (COD). Barang yang dikonsumsi tidak hanya mencakup kebutuhan pokok, tetapi juga barang sekunder dan tersier seperti produk fashion, aksesoris, dan perangkat elektronik. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa melakukan pembelian bukan karena kebutuhan fungsional, melainkan karena keinginan mengikuti model terbaru atau karena barang yang dimiliki sebelumnya dianggap kurang menarik secara visual⁷. Beberapa responden juga mengakui melakukan pembelian secara spontan setelah

⁴ Bijan Bidabad and Bank Melli, "Overconsumption in Ethic Economics and Sustainable Development" 3, no. 2 (2019): 42–51.

⁵ Jessica Osikominu and Nancy Bocken, "A Voluntary Simplicity Lifestyle: Values, Adoption, Practices and Effects," *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 5 (2020): 1–30, <https://doi.org/10.3390/su12051903>.

⁶ Millan, Elena, "Consumer Preference for Status Symbolism of Clothing: The Case of the Czech Republic."

⁷ Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Pada 3 Oktober 2024

melihat promosi atau tampilan produk di media sosial⁸. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor emosional dan sosial. Ketergantungan sebagian besar mahasiswa terhadap kiriman dana dari orang tua memperkuat indikasi bahwa kontrol diri dalam konsumsi belum terbentuk secara optimal. Fenomena tersebut menunjukkan adanya potensi ketidakesesuaian antara praktik konsumsi mahasiswa dan nilai-nilai ekonomi Islam yang seharusnya menjadi landasan dalam lingkungan pendidikan Islam seperti Universitas Darussalam Gontor.

Fenomena konsumsi mahasiswa yang demikian menimbulkan persoalan penting dalam konteks pendidikan karakter dan internalisasi nilai-nilai ekonomi Islam. Konsumsi yang berlebihan (*israf*), dilakukan tanpa pertimbangan *maslahat*, serta didorong oleh hawa nafsu dan tekanan lingkungan, dapat menjadi pintu masuk bagi perilaku yang bertentangan dengan etika Islam⁹. Dalam konteks ini, teori konsumsi yang bersumber dari tokoh-tokoh ekonomi Islam klasik menjadi sangat relevan untuk dijadikan landasan normatif dan analitis. Salah satu tokoh yang memberikan kontribusi besar dalam pembahasan konsumsi adalah Ibnu Khaldun, yang dalam karyanya *Muqaddimah* menyampaikan bahwa konsumsi yang tidak terkendali merupakan gejala kemunduran moral dan sosial dalam suatu masyarakat¹⁰. Dengan demikian, reorientasi perilaku konsumsi mahasiswa perlu diarahkan berdasarkan nilai-nilai yang menekankan prinsip keseimbangan (*tawazun*), kesederhanaan (*qana'ah*), dan tanggung jawab sosial, sebagaimana diajarkan oleh Ibnu Khaldun dalam kerangka pemikiran ekonomi Islam.

Ibnu Khaldun menyatakan bahwa konsumsi yang baik harus didasarkan pada kebutuhan yang proporsional dan dijauhkan dari perilaku berlebihan

⁸ Wawancara dengan Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Pada 8 Oktober 2024

⁹ Siti Nurun Nadhifah and Ahmad Syakur, "Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 8, no. 1 (2025): 557–68, <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1928>.

¹⁰ Syafi'ah Muhamad Said, "the ideal Theory of Modern Economics in the View of ibn khaldun," *Sinergi: Jurnal Ekonomi, Bisnis ...* 1, no. 3 (2022): 73–84, <http://sinergi.sinergiinstitute.com/index.php/SJEBM/article/view/20>.

(*israf*) yang dapat merusak tatanan moral dan sosial. Nilai kesederhanaan (*al-qana'ah*) merupakan prinsip utama dalam menjaga stabilitas individu dan masyarakat dalam aktivitas ekonomi. Dalam pandangan beliau, konsumsi yang melampaui batas akan melahirkan kelemahan moral dan ketergantungan yang berbahaya bagi keberlangsungan peradaban¹¹. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajrul Falah Kesederhanaan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi¹². Fenomena ini mencerminkan kontradiksi nyata antara nilai kesederhanaan dalam teori Ibnu Khaldun dan pola konsumsi mahasiswa masa kini yang lebih bersifat emosional dan impulsif. Ketimpangan ini menegaskan pentingnya mengkaji ulang internalisasi nilai *qana'ah* dalam lingkungan pendidikan Islam. Penelitian ini hadir sebagai upaya menjembatani jarak antara nilai ideal konsumsi Islami dan realitas sosial yang berkembang di kalangan generasi muda Muslim.

Dalam kerangka pemikiran Ibnu Khaldun, konsumsi yang ideal harus diarahkan pada kemanfaatan (*maslahat*) yang berkelanjutan, baik secara individu maupun sosial. *Maslahat* menjadi ukuran rasional dalam menentukan nilai suatu barang, bukan sekadar pada harga atau penampilan luar. Konsumsi seharusnya mendukung produktivitas, perkembangan intelektual, dan kematangan spiritual¹³. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anju Ayunda *maslahat* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi¹⁴. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu mengevaluasi sejauh mana pertimbangan *maslahat* telah mewarnai perilaku konsumsi mahasiswa Muslim, serta bagaimana strategi pembentukan kesadaran nilai ini dapat diperkuat melalui pendekatan pendidikan ekonomi Islam.

¹¹ Ahmadie Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*, ed. Mahmud Rihaj, hardyono (Jakarta: pustaka firdaus, 1986).

¹² Muhammad Fajrul Falah, Lilik Rahmawati, and Abdul Hakim, "Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari Mojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam," *Jurnal Ekonomi* ... 09, no. 01 (2024): 42–58, <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1295>.

¹³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

¹⁴ Anju Ayunda, Lu'liyatul Mutmainah, and Nurul Huda, "Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim," *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 2 (2019): 243–70, <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.962>.

Ibnu Khaldun secara tajam mengamati bahwa perilaku konsumsi dalam masyarakat tidak dapat dilepaskan dari pengaruh sosial dan budaya yang melingkupinya. Ia mencatat bahwa ketika suatu masyarakat mengalami kemajuan ekonomi, konsumsi yang sebelumnya rasional dan sederhana akan berubah menjadi simbol status dan ekspresi kemewahan¹⁵. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurma Hasanah pengaruh social mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumsi¹⁶. Dalam konteks mahasiswa, terutama generasi muda Muslim, pengaruh sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk keputusan konsumsi. Mahasiswa cenderung membeli barang karena dorongan lingkungan, keinginan tampil sesuai tren, atau tekanan sosial dari kelompok sebaya. Konsumsi menjadi medium untuk memperoleh pengakuan sosial, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan¹⁷. Realitas ini memperlihatkan adanya benturan antara prinsip etis Ibnu Khaldun yang menekankan pengendalian diri dan kesadaran moral dengan praktik konsumsi mahasiswa yang terpengaruh oleh nilai-nilai budaya konsumerisme modern¹⁸.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketegangan antara prinsip etis yang ditekankan oleh Ibnu Khaldun dengan praktik konsumsi yang berkembang di kalangan mahasiswa. Pemikiran Ibnu Khaldun menekankan pentingnya pengendalian diri dan kesadaran moral dalam aktivitas ekonomi. Praktik konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh tren dan tekanan sosial berpotensi menggeser orientasi konsumsi dari kebutuhan menuju simbol status sosial. Fenomena tersebut menunjukkan adanya potensi pergeseran nilai dalam perilaku ekonomi mahasiswa Muslim. Analisis mengenai pengaruh sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa menjadi penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam dapat berperan sebagai

¹⁵ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

¹⁶ Nurma Hasanah, Tuti Anggraini, and Rahmat Daim Harahap, "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam:," *MES Management Journal* 2, no. 1 (2022): 1–13, <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36>.

¹⁷ Deni Ramadhan et al., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Pustaka Aktiva* 5, no. 1 (2025): 11–17.

¹⁸ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

landasan moral dalam menghadapi tekanan gaya hidup yang berkembang pada era digital.

Penelitian mengenai perilaku konsumsi mahasiswa selama ini umumnya dianalisis melalui pendekatan ekonomi konvensional yang menekankan faktor-faktor seperti gaya hidup, pendapatan, literasi keuangan, serta pengaruh media sosial. Pendekatan tersebut cenderung memandang perilaku konsumsi sebagai respons terhadap preferensi individu dan stimulus pasar. Kajian yang secara khusus mengintegrasikan nilai kesederhanaan, pertimbangan maslahat, serta pengaruh sosial dalam perspektif pemikiran Ibnu Khaldun masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian untuk mengkaji perilaku konsumsi mahasiswa melalui kerangka nilai ekonomi Islam yang bersumber dari pemikiran Ibnu Khaldun.

Penelitian ini menghadirkan pendekatan yang berbeda dengan mengintegrasikan konsep nilai kesederhanaan, pertimbangan maslahat, dan pengaruh sosial yang bersumber dari pemikiran Ibnu Khaldun ke dalam analisis empiris mengenai perilaku konsumsi mahasiswa. Pendekatan ini tidak hanya memposisikan nilai-nilai moral sebagai konsep normatif, tetapi juga sebagai variabel yang dapat diuji secara empiris melalui metode kuantitatif. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai kesederhanaan, pertimbangan maslahat, dan pengaruh sosial dalam kehidupan individu. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi melibatkan dimensi moral, rasional, dan sosial secara bersamaan. Perspektif ekonomi Islam, khususnya pemikiran Ibnu Khaldun, menempatkan keseimbangan konsumsi sebagai landasan penting dalam memahami perilaku ekonomi manusia. Kajian empiris diperlukan untuk menjelaskan hubungan

antarvariabel tersebut secara sistematis. Atas dasar pemikiran tersebut, rumusan masalah penelitian ini disusun sebagai fokus penelitian.

1. Apakah nilai kesederhanaan (*al-qana'ah*) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor?
2. Apakah pertimbangan *maslahat* (*manfa'ah*) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor?
4. Apakah pengaruh nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa mahasiswa Universitas Darussalam Gontor?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disusun sebagai arah yang ingin dicapai dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumsi baik secara parsial maupun simultan. Perumusan tujuan penelitian ini menjadi pedoman dalam proses pengumpulan data, analisis, dan penarikan kesimpulan.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh nilai kesederhanaan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pertimbangan *maslahat* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh simultan nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Perilaku konsumsi

a. Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi dalam Islam adalah aktivitas manusia dalam menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup secara proporsional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip-prinsip *syariah*. Islam memandang konsumsi tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada kepuasan duniawi semata, tetapi sebagai bagian dari ibadah dan manifestasi syukur kepada Allah atas nikmat yang diberikan. Dalam hal ini, konsumsi harus didasarkan pada nilai kehalalan, kebersihan (*thayyib*), serta dilakukan dengan cara yang tidak berlebihan (*israf*) dan tidak pula kikir (*bukhl*)¹⁹. Al-Qur'an secara tegas memerintahkan umat Islam agar mengonsumsi yang halal dan baik, serta melarang sikap boros dan bermewah-mewahan secara berlebihan karena hal tersebut merupakan perbuatan yang dicintai oleh setan²⁰. Al-Ghazali mengemukakan bahwa kebutuhan manusia terbagi ke dalam tiga tingkatan, yaitu *daruriyyat* (*primer*), *hajiyyat* (*sekunder*), dan *tahsiniyyat* (*tersier*), sehingga konsumsi harus didasarkan pada prioritas dan proporsionalitas²¹. Ulama kontemporer seperti M. Umer Chapra dan Monzer Kahf menekankan bahwa konsumsi harus memenuhi prinsip *maqashid al-shariah*, yakni menjaga agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan²². Oleh karena itu, konsumsi dalam Islam harus menjunjung prinsip kebermanfaatan (*maslahat*), keadilan

¹⁹ Iva Ashari Ananda, Abdul Wahab, and Evin Juliasti, "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam" 7, no. 1 (2025): 72–82.

²⁰ QS. Al-Isra: 26–27

²¹ Tengku Ismail Yakub, *Terjemah Ihya' Ulumiddin* (Republika, 1992), www.tedisobandi.blogspot.com.

²² Anindya Aryu Inayati, "Pemikiran Ekonomi Islam M. Umer Chapra," *Profetika, Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–76, <https://journals.ums.ac.id/index.php/profetika/article/download/2015/1433>.

sosial, dan keberlanjutan lingkungan, tidak hanya sekadar memenuhi keinginan.

Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* memberikan pandangan multidimensi mengenai perilaku konsumsi yang tidak hanya dilihat dari sisi individu, tetapi juga dalam kaitannya dengan dinamika sosial dan politik. Menurutnya, konsumsi berawal dari kebutuhan dasar yang kemudian berkembang menjadi konsumsi mewah seiring dengan kemajuan ekonomi. Ketika konsumsi berlebihan dan kemewahan menjadi norma dalam masyarakat, maka hal itu menjadi pertanda kemunduran peradaban²³. Ibnu Khaldun menegaskan bahwa konsumsi ideal adalah konsumsi yang dibatasi oleh kebutuhan proporsional dan dijauhkan dari *israf* (berlebihan). Dalam kerangka ini, perilaku konsumsi bukan hanya soal preferensi individu, tetapi juga mencerminkan kondisi moral masyarakat dan kekuatan peradaban. Oleh sebab itu, perilaku konsumsi yang baik menurut Ibnu Khaldun adalah yang seimbang antara kebutuhan dan kemampuan, serta mempertimbangkan *maslahat* jangka panjang bagi diri dan masyarakat

b. Indikator Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi menurut Umer Chapra menggambarkan pola konsumsi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi sekaligus mencerminkan nilai moral dan tanggung jawab sosial dalam Islam²⁴. Hal ini terlihat dari frekuensi konsumen dalam memilih produk halal serta menjauhi transaksi yang dilarang seperti riba, alkohol, dan komoditas haram lainnya sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip *syariah*. Selain itu, konsumen yang baik ditunjukkan melalui proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk kebutuhan pokok dibandingkan dengan belanja yang bersifat mewah dan berlebihan. Konsumsi juga harus diarahkan pada hal-hal yang mendukung keberlanjutan hidup, seperti kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan diri, bukan sekadar mengikuti tren gaya hidup. Indikator

²³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

²⁴ M. Umer Chapra, *Islam and The Economic Challenge, Review of Islamic Economics*, vol. 2 (International Islamic Publishing House I.I.P.H., 1992).

lainnya adalah adanya alokasi harta untuk zakat, infak, sedekah, wakaf, atau bentuk kepedulian sosial lainnya yang menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya berorientasi pada diri sendiri, tetapi juga memberi kemanfaatan bagi masyarakat. Terakhir, konsumen yang ideal menurut Chapra memiliki kemampuan menunda konsumsi barang sekunder atau tersier jika belum diperlukan, sebagai wujud pengendalian diri, sikap sederhana, serta orientasi pada *maslahat* jangka panjang²⁵.

1). Memilih produk halal, menghindari produk non halal.

Indikator ini menunjukkan kepatuhan konsumen Muslim terhadap aturan *syariah* dalam konsumsi. Konsumsi tidak hanya soal kebutuhan fisik, tetapi juga terkait dengan aspek spiritual, sehingga pemilihan produk halal menjadi prioritas. Menghindari riba, alkohol, narkoba, dan produk haram lainnya mencerminkan bahwa perilaku konsumsi diarahkan oleh iman dan nilai agama, bukan sekadar selera atau tren pasar²⁶.

2). Proporsi belanja untuk kebutuhan pokok dibandingkan belanja mewah.

Chapra menekankan pentingnya keseimbangan dan kesederhanaan dalam konsumsi. Oleh karena itu, perilaku konsumsi dapat diukur dari proporsi pengeluaran untuk kebutuhan pokok (pangan, sandang, papan, pendidikan, kesehatan) dibandingkan dengan barang-barang mewah. Semakin besar alokasi untuk kebutuhan pokok, semakin dekat perilaku konsumsi seseorang dengan prinsip kesederhanaan Islam²⁷.

3). Konsumsi mendukung kesehatan, pendidikan, keberlangsungan hidup, bukan sekadar gaya hidup.

Konsumsi dalam Islam harus mengarah pada *maslahat*, baik untuk diri sendiri maupun masyarakat. Itu berarti setiap pengeluaran sebaiknya memberi manfaat nyata seperti menjaga kesehatan, meningkatkan kualitas pendidikan, serta mendukung keberlangsungan hidup. Sebaliknya, konsumsi yang hanya

²⁵ Chapra.

²⁶ Chapra.

²⁷ Chapra.

didorong oleh gaya hidup, status sosial, atau gengsi dianggap tidak produktif dan tidak sesuai dengan prinsip *maslahat* yang ditekankan Chapra²⁸.

- 4). Adanya pengeluaran untuk zakat, infak, sedekah, wakaf, serta berbagi kepada sesama.

Salah satu ciri khas konsumsi dalam Islam adalah adanya dimensi sosial. Chapra menegaskan bahwa perilaku konsumsi tidak boleh egoistik, tetapi harus mencerminkan kepedulian terhadap sesama, terutama fakir miskin dan mereka yang membutuhkan. Alokasi pengeluaran untuk zakat, infak, sedekah, dan wakaf menunjukkan bahwa konsumsi individu tidak hanya bermanfaat untuk dirinya, tetapi juga menjadi sarana distribusi kekayaan dan penguatan solidaritas sosial²⁹.

- 5). Kemampuan menunda pembelian barang sekunder/tersier jika tidak perlu

Pengendalian diri adalah aspek penting dalam perilaku konsumsi menurut Chapra. Indikator ini menekankan kemampuan seseorang untuk menunda atau bahkan menghindari pembelian barang-barang sekunder dan tersier yang tidak mendesak. Dengan menahan diri dari perilaku konsumtif, individu dapat memprioritaskan kebutuhan yang lebih penting, mengelola keuangan secara lebih bijak, dan menghindari sikap berlebihan (*israf*) yang dilarang dalam Islam³⁰.

c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Menurut Ibnu Khaldun, cara orang membelanjakan uang atau memenuhi kebutuhan mereka tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti struktur masyarakat, hubungan sosial, dan nilai-nilai moral yang membentuk cara pikir dan kebiasaan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dalam *Muqaddimah*, ia menjelaskan bahwa kebutuhan manusia dimulai dari kebutuhan dasar yang harus dipenuhi agar bisa hidup, namun seiring berkembangnya masyarakat

²⁸ Hylmun Izhar Wijdan Tariq Karim Ginena Bahnaz Al Quradaghi Hatem A. El-Karanshaw, Azmi Omar, Tariqullah Khan, Salman Syed Ali, "Islamic Economics : Theory , Policy and Social Justice," *Bloomsbury Qatar Foundation Journals* 2 (2015).

²⁹ Chapra, *Islam and The Economic Challenge*.

³⁰ Hatem A. El-Karanshaw, Azmi Omar, Tariqullah Khan, Salman Syed Ali, "Islamic Economics : Theory , Policy and Social Justice."

dan ekonomi, muncul juga kecenderungan untuk mengonsumsi barang-barang yang lebih mewah dan bisa menunjukkan status sosial yang lebih tinggi. Selain itu, cara orang membeli dan menghabiskan uang juga dipengaruhi oleh budaya sekitar dan hubungan antar manusia yang membentuk nilai dan selera masyarakat. Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa stabilitas politik dan kebijakan pemerintah memiliki dampak langsung terhadap kemakmuran rakyat dan perkembangan pasar, sehingga turut menentukan pola konsumsi masyarakat. Bagi Ibnu Khaldun, pertimbangan moral dan ajaran agama berfungsi sebagai kontrol agar konsumsi tidak melampaui batas kesederhanaan dan tidak merusak tatanan ekonomi dan sosial. Lebih jauh, ia menegaskan bahwa perilaku konsumsi juga berubah mengikuti tahap perkembangan peradaban (*'umrān*), di mana semakin maju suatu masyarakat, kecenderungan konsumsi dapat meningkat dari sederhana menjadi mewah, bahkan berpotensi melemahkan struktur sosial jika tidak dikendalikan.

1). Kebutuhan Dasar (*Hājāt Asāsiyyah*)

Menurut Ibnu Khaldun, konsumsi manusia pada dasarnya berangkat dari pemenuhan kebutuhan dasar. Ia menegaskan: "*Kebutuhan pokok manusia adalah makanan dan apa yang dapat menutup tubuhnya, karena dengan itu kehidupan mereka bisa berlangsung.*" (*Muqaddimah*)³¹. Kutipan ini menunjukkan bahwa pada tahap awal, konsumsi tidak dimaksudkan untuk hal-hal yang bersifat tambahan atau kemewahan, melainkan hanya untuk menjamin kelangsungan hidup. Hal ini sesuai dengan pandangan beliau tentang fitrah manusia yang memerlukan pemenuhan kebutuhan esensial agar mampu bertahan hidup. Dalam kerangka ekonomi, kebutuhan pokok tersebut bisa dipahami sebagai kategori *primary needs* yang sifatnya mendesak (*dharuriyyah*). Pemenuhan kebutuhan pokok ini bukan sekadar perkara materi, melainkan juga menyangkut keberlangsungan peradaban.

³¹ Thoah, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

2). Kecenderungan terhadap Kemewahan dan Status Sosial

Setelah kebutuhan pokok terpenuhi, manusia akan mencari kesenangan tambahan yang bersifat pelengkap. Ibnu Khaldun menyatakan: *“Apabila manusia telah mendapatkan kelebihan dari kebutuhan pokoknya, maka ia akan mencari kenikmatan dan kesenangan hidup, yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan bermegah-megahan.”* (Muqaddimah)³². Pernyataan ini menegaskan bahwa konsumsi bersifat progresif: dari kebutuhan dasar menuju kemewahan. Konsumsi yang awalnya bersifat fungsional berubah menjadi simbol status sosial. Ibnu Khaldun juga menyebutkan bahwa kecenderungan hidup mewah merupakan tanda berkembangnya suatu peradaban, tetapi sekaligus membawa potensi kelemahan. Konsumsi kemewahan menjadi sarana untuk menunjukkan prestise, sehingga membedakan kelas atas dari kelas bawah. Dalam perspektif ekonomi modern, hal ini mirip dengan teori *conspicuous consumption* Thorstein Veblen, di mana konsumsi dipakai untuk menunjukkan kedudukan sosial³³.

3). Pengaruh Sosial dan Budaya

Ibnu Khaldun sangat menekankan bahwa perilaku konsumsi manusia tidak bisa dilepaskan dari pengaruh sosial dan budaya. Beliau berkata: *“Manusia secara tabiatnya cenderung meniru (taqlid) kebiasaan dan gaya hidup penguasanya.”* (Muqaddimah)³⁴. Pernyataan ini menjelaskan bahwa perilaku konsumsi bersifat menular dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Gaya hidup golongan elit, raja, atau bangsawan biasanya akan menjadi rujukan bagi kelas menengah dan bawah. Pola ini menciptakan rantai imitasi konsumsi dalam masyarakat. Dengan demikian, konsumsi bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan, melainkan juga sarana integrasi sosial dan pembentukan identitas budaya. Ibnu Khaldun memahami bahwa manusia

³² Thoha.

³³ Amanda Bergman, *Conspicuous Consumption - A Study of Prestige-Related Consumer Behavior*, *European Journal of Marketing*, vol. 18, 2010, <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1592889&fileId=1647221>.

³⁴ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

memiliki dorongan psikologis untuk mengikuti apa yang dianggap “lebih tinggi” dalam strata sosial. Hal ini menunjukkan adanya dimensi sosiologis dalam teori konsumsi beliau. Dalam konteks modern, pengaruh sosial ini sejalan dengan teori *social learning* yang menjelaskan bahwa perilaku, termasuk konsumsi, terbentuk dari proses peniruan³⁵.

4). Kondisi Politik dan Stabilitas Negara

Faktor politik dan stabilitas negara juga sangat menentukan perilaku konsumsi masyarakat. Ibnu Khaldun menegaskan: “*Kemakmuran negara melahirkan kemewahan pada rakyatnya, dan kemewahan itu menimbulkan kebutuhan baru yang lebih besar dari sebelumnya.*” (*Muqaddimah*)³⁶. Kutipan ini memperlihatkan bahwa kekuatan negara dan kemakmuran ekonomi berjalan seiring dengan peningkatan konsumsi. Ketika negara stabil, pajak terkendali, dan keamanan terjamin, rakyat cenderung mengalokasikan lebih banyak pada konsumsi. Sebaliknya, ketika negara melemah atau jatuh ke dalam krisis, rakyat kembali pada pola konsumsi sederhana. Pandangan ini menunjukkan keterkaitan erat antara kondisi politik dengan dinamika ekonomi rumah tangga. Ibnu Khaldun melihat hubungan kausal antara stabilitas kekuasaan, kesejahteraan, dan perilaku konsumsi rakyat. Jika negara korup atau membebani rakyat dengan pajak berlebih, konsumsi menurun drastis karena daya beli rakyat tertekan.

5). Pertimbangan Moral dan Agama

Ibnu Khaldun tidak hanya melihat konsumsi dari sisi materi, tetapi juga menekankan aspek moral dan agama. Ia memperingatkan: “*Kemewahan dan hidup berlebihan melemahkan jiwa dan merusak akhlak. Sementara kesederhanaan (qanā‘ah) menjaga kekuatan dan keluhuran budi.*” (*Muqaddimah*)³⁷. Pernyataan ini jelas menunjukkan bahwa konsumsi harus dijaga dari sikap *isrāf* (berlebihan) dan *tabdīr* (pemborosan). Ibnu Khaldun

³⁵ Albert Bandura, “Social Learning Theory,” *Elgar Encyclopedia of Cross-Cultural Management*, 2024, 133–34, <https://doi.org/10.4337/9781803928180.ch33>.

³⁶ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

³⁷ Thoha.

menghubungkan konsumsi dengan integritas moral masyarakat: semakin boros dan berlebihan, semakin rapuh pula struktur sosial dan spiritual suatu bangsa. Kesederhanaan dipandang sebagai jalan tengah yang membawa keberkahan. Dalam perspektif Islam, hal ini sesuai dengan prinsip *wasathiyah* (*moderat*) dan larangan Allah dalam Al-Qur'an terhadap *tabdzir*³⁸. Dengan demikian, perilaku konsumsi tidak bisa dilepaskan dari pertimbangan etika dan nilai-nilai agama.

6). Tingkat Perkembangan Peradaban ('*Umrān*)

Dalam teori siklus peradaban ('*umrān*), Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa konsumsi masyarakat berubah sesuai dengan tingkat kemajuan peradaban. Beliau berkata: *"Setiap kali peradaban berkembang, kebutuhan dan keinginan manusia juga berkembang. Pada akhirnya, ketika kemewahan telah menguasai mereka, itu menjadi sebab kehancuran peradaban tersebut."* (*Muqaddimah*)³⁹. Pandangan ini menegaskan bahwa konsumsi masyarakat bergerak dinamis: dari sederhana pada tahap awal, menuju kemewahan pada masa kejayaan, lalu jatuh ke dalam dekadensi pada masa kemunduran. Ibnu Khaldun melihat konsumsi sebagai indikator kesehatan suatu peradaban. Selama konsumsi terkendali dan proporsional, peradaban akan terus bertahan. Tetapi ketika konsumsi didominasi oleh kemewahan dan keborosan, masyarakat kehilangan kekuatannya dan menjadi lemah. Dalam kerangka ini, konsumsi bukan hanya fenomena ekonomi, tetapi juga fenomena historis dan sosiologis yang menentukan umur panjang suatu peradaban.

Menurut Ibnu Khaldun, perilaku konsumsi manusia dipengaruhi oleh enam faktor utama, yaitu kebutuhan dasar (*hājāt asāsiyyah*), kecenderungan terhadap kemewahan dan status sosial, pengaruh sosial dan budaya, kondisi politik dan stabilitas negara, pertimbangan moral dan agama, serta tingkat perkembangan peradaban ('*umrān*)⁴⁰. Dalam penelitian ini, tiga variabel yang

³⁸ Iqbal Bagaskara, "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Penggunaan Platform E-Commerce Shopee," *Journal Of Sharia Banking*, 2025, 61–77.

³⁹ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁴⁰ Thoha.

diteliti, yakni nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial, memiliki hubungan yang erat dengan kerangka pemikiran Ibnu Khaldun tersebut. Nilai kesederhanaan berkaitan langsung dengan faktor kecenderungan terhadap kemewahan, karena dalam pandangan Ibnu Khaldun, perilaku konsumsi yang berlebihan dan berorientasi pada kemewahan merupakan tanda kemerosotan moral individu dan awal kemunduran peradaban. Oleh sebab itu, sikap sederhana menjadi bentuk pengendalian terhadap dorongan kemewahan dan simbolisasi status sosial yang berlebihan⁴¹. Pertimbangan *maslahat* mencerminkan dua faktor sekaligus, yakni pertimbangan moral dan agama serta kebutuhan dasar (*hājāt asāsiyyah*). Ibnu Khaldun menegaskan bahwa konsumsi yang benar adalah konsumsi yang mempertimbangkan kemanfaatan dan *maslahat*, sesuai dengan nilai moral dan syariat Islam, serta tidak keluar dari batas kebutuhan dasar manusia. Dengan demikian, konsumsi bukan semata soal pemenuhan materi, tetapi juga bentuk tanggung jawab moral⁴².

Pengaruh sosial memiliki kesesuaian dengan faktor pengaruh sosial dan budaya, sebab menurut Ibnu Khaldun, manusia adalah makhluk sosial (*madani bi al-ṭabʿ*) yang perilakunya sangat dipengaruhi oleh kebiasaan, adat, dan lingkungan sekitarnya. Pola konsumsi mahasiswa, misalnya, sering terbentuk dari interaksi sosial dan dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok⁴³. Sementara dua faktor lain, yaitu kondisi politik dan tingkat peradaban, tidak dijadikan variabel penelitian karena bersifat makro dan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi individu di lingkungan mahasiswa. Kondisi politik dan stabilitas negara pada umumnya lebih memengaruhi pola ekonomi masyarakat secara makro daripada keputusan konsumsi individu. Tingkat peradaban (*ʿumrān*) dalam pemikiran Ibnu Khaldun

⁴¹ Hilalludin Hilalludin Dedi Sugari, "Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Peradaban Islam Dan Relevansinya Bagi Masyarakat Modern," *Imanu* 1, no. 1 (2025): 1–15.

⁴² Lina Marlina Silvia Ripa Nurkaromah, Mutia Latifa, Denisa Ramadhani, "Perspektif Ibnu Khaldun dalam Behavioral Economics Islam Terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 7 (2025): 1–17.

⁴³ Abbas Sofwan Matlail Fajar, "Perspektif Ibnu Khaldun Tentang Perubahan Sosial," *Salam; Jurnal Sosial & Budaya Syar-* 6, no. 1 (2019): 1–12, <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v6i1.10460>.

bersifat historis dan kolektif karena mencerminkan kematangan suatu masyarakat secara keseluruhan. Nilai kesederhanaan dan pertimbangan masalah yang diteliti dalam penelitian ini dapat dipandang sebagai cerminan dari kematangan peradaban tersebut. Menurut Ibnu Khaldun, masyarakat yang beradab adalah masyarakat yang mampu menyeimbangkan antara kebutuhan, moralitas, dan kemanfaatan dalam perilaku konsumsi.⁴⁴

2. Nilai Kesederhanaan

a. Pengertian Nilai Kesederhanaan

Pemikiran Ibnu Khaldun mengenai nilai kesederhanaan atau *al-qana'ah* memainkan peran fundamental dalam menjaga stabilitas individu dan masyarakat. Beliau menekankan bahwa peradaban yang kuat adalah yang mampu mempertahankan keseimbangan vital antara keinginan dan kebutuhan. Ketika seorang individu mencapai rasa cukup (*al-qana'ah*) dengan apa yang dimilikinya, ia akan terhindar dari terperangkap dalam siklus konsumsi yang berlebihan, yang merupakan kunci untuk mempertahankan kekuatan moral dan produktivitas sosial. Sebaliknya, jika individu atau masyarakat secara kolektif terus-menerus mencari lebih dan terjerat dalam gaya hidup konsumtif, mereka akan menghadapi masalah sosial yang merusak struktur peradaban. Ibnu Khaldun secara eksplisit mengaitkan kemewahan (*al-taraf*) dengan kemunduran, menyatakan:

“وإذا فشا الترف والنعمة في أهل الدولة انغمسوا في اللذات واستعبدتهم العوائد، فذهب عنهم ما كان فيهم من المناعة،”

yang berarti ketika kemewahan dan kenikmatan meluas, masyarakat tenggelam dalam kesenangan, diperbudak oleh kebiasaan, dan kehilangan daya tahan atau kekuatan mereka⁴⁵. Beliau menambahkan,

⁴⁴ Fajar.

⁴⁵ (دمشق, n.d.), عبد الله محمد الدرويش, ed. مقدمة ابن خلدون الجزء الثاني, عبد الرحمن بن خلدون

“وإذا فشا الترف في الدولة وعم أهلها أفسد طبائعهم، واستعبدتهم للملاذ والشهوات.”

menegaskan bahwa meluasnya kemewahan merusak tabiat dan memperbudak mereka kepada kesenangan dan syahwat. Tafsiran Ali Abdul Wahid Wafi menguatkan pandangan ini, yang mana Ibnu Khaldun berpendapat kemewahan adalah sebab melemahnya negara dan kehancurannya karena pemborosan merusak akhlak dan mematikan semangat kerja⁴⁶. Konteks nilai kesederhanaan ini relevan bagi mahasiswa, yang implementasi al-qana'ah terlihat pada kemampuan mereka memilah kebutuhan esensial dan menghindari keinginan yang didorong oleh tren atau tekanan sosial. Mahasiswa yang bijak dalam mengelola keuangan dan kehidupan sehari-hari ini akan mampu menjaga fokus pada tujuan akademik dan spiritual mereka.

b. Indikator Nilai Kesederhanaan

Pemikiran Ibnu Khaldun mengenai perilaku konsumsi menekankan pentingnya pengendalian diri dan kesadaran moral dalam membelanjakan harta, sehingga konsumsi tidak sekadar mengikuti dorongan keinginan tetapi tetap berada dalam batas kebutuhan yang wajar. Menurutnya, konsumen yang ideal adalah mereka yang memiliki sikap puas terhadap apa yang dimiliki, tidak terjebak dalam rasa kurang meskipun kebutuhan dasar telah terpenuhi. Dalam konteks ini, Ibnu Khaldun menilai bahwa hidup hemat dan tidak boros menjadi prinsip utama agar konsumsi tidak melampaui kapasitas ekonomi pribadi dan tidak menimbulkan tekanan finansial di kemudian hari. Ia juga menekankan agar individu tidak mudah tergoda oleh gaya hidup mewah, karena orientasi pada penampilan dan gengsi dapat menjadi awal kemunduran pribadi maupun sosial. Sebaliknya, kepuasan terhadap barang yang sederhana justru menunjukkan kedewasaan dalam mengelola kebutuhan. Selain itu, kemampuan untuk menyesuaikan pola konsumsi dengan kondisi ekonomi masing-masing menjadi indikator penting dalam menjaga kestabilan hidup dan mencegah perilaku konsumsi yang tidak rasional atau destruktif.

⁴⁶ n.d., الدكتور علي عبدالواحدوافي، ed. مقدمة ابن خلدون، الدكتور علي عبدالواحدوافي

1). Sikap puas dengan apa yang dimiliki

Sikap *qana'ah* tercermin dari kemampuan seseorang untuk merasa cukup atas rezeki yang diperoleh tanpa selalu membandingkan diri dengan orang lain. Secara psikologis, sikap ini menciptakan ketenangan batin, mengurangi stres akibat tekanan sosial, dan meningkatkan kepuasan hidup⁴⁷. Dalam konteks mahasiswa, sikap puas membantu mereka mengelola keuangan dengan tenang, tanpa harus mengejar barang-barang konsumtif yang tidak sesuai kemampuan finansial mereka. Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* mengemukakan bahwa masyarakat yang berada dalam tahap awal peradaban biasanya memiliki nilai hidup sederhana dan *qana'ah*. Nilai ini menjadi fondasi moral yang menjaga masyarakat dari dekadensi⁴⁸. Dalam perilaku konsumsi mahasiswa, *qana'ah* mendorong mereka untuk menghindari pembelian barang hanya karena iri atau ingin bersaing gaya hidup, melainkan lebih fokus pada rasa cukup dan syukur atas apa yang sudah dimiliki.

2). Kecenderungan hidup hemat dan tidak boros

Hidup hemat bukan berarti pelit, melainkan kemampuan untuk menggunakan sumber daya secara efisien sesuai dengan kebutuhan. Dalam ekonomi Islam, pemborosan (*israf*) dan penggunaan harta untuk hal yang tidak bermanfaat (*tabdzir*) adalah perbuatan tercela⁴⁹. Mahasiswa yang terbiasa hidup hemat mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih tahan terhadap pengaruh gaya hidup konsumtif. Ibnu Khaldun menghubungkan pola hidup hemat dengan stabilitas moral dan sosial. Menurutnya, ketika masyarakat mulai boros dan menghabiskan harta untuk kemewahan, maka mereka sedang menuju fase kehancuran⁵⁰. Oleh karena itu, perilaku hemat mahasiswa merupakan

⁴⁷ Iswan Saputro et al., "Qana'ah Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Kepuasan Hidup Dan Stres," *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris* 3, no. 1 (2017).

⁴⁸ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁴⁹ Surya Karmila Sari, Ayu Puspa Kirana, and Otong Karyono, "Overcoming Israf : an exploration of Frugal Living Within the Framework of hfdz al-mal" 8, no. 1 (2025): 1–21.

⁵⁰ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

bentuk aktualisasi nilai *qana'ah* sekaligus indikator perilaku konsumsi yang sehat dan Islami.

3). Tidak tergoda oleh gaya hidup mewah

Kemampuan menahan diri dari godaan gaya hidup mewah adalah manifestasi nyata dari *qana'ah*. Dalam realitas sosial mahasiswa, godaan untuk tampil mewah sangat besar, baik melalui pergaulan maupun media sosial. Mahasiswa yang memiliki nilai *qana'ah* tidak merasa rendah diri jika tidak mengikuti tren, dan tidak membeli barang mahal hanya untuk pencitraan⁵¹. Dalam *Muqaddimah*, Ibnu Khaldun mengamati bahwa gaya hidup mewah di kalangan elite kerap menular ke masyarakat bawah, dan menjadi gejala melemahnya identitas sosial⁵². Oleh karena itu, mahasiswa yang tidak tergoda dengan gaya hidup mewah menunjukkan kematangan dalam mengelola konsumsi, serta mampu mempertahankan integritas spiritual dalam lingkungan sosial yang konsumtif.

4). Kepuasan terhadap barang yang sederhana

Mahasiswa yang memiliki sifat *qana'ah* biasanya merasa cukup dengan barang-barang yang berfungsi baik, meskipun barang tersebut bukan produk terbaru atau bermerk. Nilai konsumsi ditentukan oleh manfaat yang diperoleh, bukan oleh simbol status⁵³. Secara ekonomi, sikap ini mengarah pada efisiensi penggunaan dana dan pengendalian pengeluaran. Ibnu Khaldun menilai bahwa masyarakat yang menghargai kesederhanaan akan lebih tangguh dalam menghadapi tekanan ekonomi karena tidak bergantung pada simbol kemewahan⁵⁴. Dalam perilaku konsumsi mahasiswa, kepuasan atas barang sederhana mencerminkan kematangan nilai dan keberanian untuk melawan tekanan sosial yang cenderung mengukur nilai diri dari penampilan luar.

⁵¹ Dwi Ayu Lestari, "The Minimalist Lifestyle as Qur'anic Practice: A Living Qur'an Study of Surah Al-A'raf Verse 31 among UIN Sunan Kudus Students," *Tafse: Journal of Qur'anic Studies* 10, no. 1 (2025): 70–82, <https://doi.org/10.22373/tafse.v10i1.30376>.

⁵² Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁵³ Wulan Muawaliyah and Ahmad Saifuddin, "Consumptive Behavior in Female University Students: Qana ' Ah and Hedonic Lifestyle as Predictors," *Islamic Guidance and Counseling Journal* 6 (2023).

⁵⁴ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

5). Kemampuan menyesuaikan diri dengan kondisi ekonomi pribadi

Qana'ah juga berarti realistis dan bijak dalam menyesuaikan konsumsi dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Mahasiswa yang paham akan kondisi ekonominya tidak akan memaksakan diri membeli barang di luar kemampuannya, dan tidak mudah terjerumus dalam utang konsumtif. Dalam *Muqaddimah*, Ibnu Khaldun mengaitkan kemewahan yang tidak ditopang oleh kemampuan ekonomi sebagai awal dari kehancuran moral dan finansial⁵⁵. Oleh sebab itu, kemampuan mahasiswa untuk mengatur gaya hidup sesuai kondisi keuangan adalah indikator penting dari kesederhanaan, dan mencerminkan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab, rasional, dan Islami.

3. Pertimbangan Maslahat

a. Pengertian Pertimbangan *Maslahat*

Pemikiran Ibnu Khaldun mengenai pertimbangan *maslahat* (kebaikan atau *kemaslahatan* umum) merupakan pandangan penting yang harus mendasari setiap tindakan, termasuk dalam perilaku konsumsi. Beliau berteori bahwa tindakan yang menghasilkan manfaat jangka panjang bagi individu dan masyarakat adalah landasan *utama* untuk membangun peradaban yang kokoh. Oleh karena itu, konsumsi yang ideal tidak hanya sebatas memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga secara aktif mempertimbangkan dampak positifnya terhadap kehidupan sosial dan ekonomi secara luas. Sebaliknya, Ibnu Khaldun menegaskan bahwa konsumsi yang mengabaikan *maslahat* hanya akan berakhir pada pemborosan yang merugikan, baik di tingkat individu maupun sosial. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan beliau:

“المال والأعمال أصل العمران، وإذا فسدت المعاشرة أو أخلّ الناس بالأمانة فسدت المصلحة العامة.”

⁵⁵ Thoha.

(Harta dan pekerjaan adalah dasar peradaban; apabila hubungan sosial rusak atau manusia mengabaikan amanah, maka rusaklah *kemaslahatan* umum)⁵⁶, dan

“الصنائع والمعاش إنما وضعت لمصالح العمران، فإذا أخلّ الناس بالعدل أو بالصدق في المعاملة، فسدت المصالح وتراجع العمران.”

(Industri dan penghidupan dibuat untuk *kemaslahatan* peradaban. Bila manusia mengabaikan keadilan dan kejujuran dalam muamalah, maka rusaklah *kemaslahatan* dan merosotlah peradaban)⁵⁷.

Tafsiran Ali Abdul Wahid Wafi menyimpulkan bahwa

“الاقتصاد عند ابن خلدون نظام أخلاقي قبل أن يكون نظامًا ماديًّا؛ إذ يجب أن يقوم على العدل والمصلحة العامة.”

(Ekonomi menurut Ibn Khaldun adalah sistem moral sebelum menjadi sistem material; karena ia harus berdiri atas dasar keadilan dan *kemaslahatan* umum)⁵⁸.

Dalam perspektif mahasiswa, konsumsi yang didasarkan pada manfaat berfokus pada pengembangan diri, kualitas pendidikan, dan kontribusi positif kepada masyarakat, bukan hanya kepuasan sesaat. Dengan demikian, mahasiswa yang mempertimbangkan *maslahat* akan berkontribusi pada penguatan kualitas sumber daya manusia yang lebih bertanggung jawab dan berdaya saing.

b. Indikator Pertimbangan Maslahat

Dalam pandangan Ibnu Khaldun, konsumsi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga sebagai tindakan yang harus mempertimbangkan *kemaslahatan* atau manfaat yang lebih luas bagi kehidupan individu dan masyarakat. Oleh karena itu, perilaku konsumsi ideal menurutnya diarahkan pada pemilihan barang dan jasa yang memberikan manfaat nyata, seperti mendukung pendidikan dan

⁵⁶ (دمشق, n.d.), عبد الله محمد الدرويش, ed. مقدمة ابن خلدون الجزء الأول, عبد الرحمن بن جلدون.

⁵⁷ مقدمة ابن خلدون الجزء الثاني, جلدون.

⁵⁸ مقدمة ابن جلدون, عبدالواحد وافي.

pengembangan diri, sehingga konsumsi menjadi sarana peningkatan kualitas hidup. Konsumen juga hendaknya menghindari pembelian barang atau layanan yang tidak memiliki nilai guna, karena hanya akan menimbulkan pemborosan dan mengurangi efektivitas pengelolaan harta. Ibnu Khaldun menekankan pentingnya memperhitungkan dampak jangka panjang dari konsumsi, baik terhadap keuangan pribadi maupun terhadap perkembangan moral dan sosial. Dalam konteks ini, prioritas sebaiknya diberikan pada kualitas dan fungsi daripada gengsi, merek, atau citra luar yang bersifat semu. Dengan demikian, konsumsi menurut pertimbangan *maslahat* diposisikan sebagai aktivitas yang mendukung tujuan hidup yang produktif serta memberikan manfaat berkelanjutan, bukan sekadar pemuasan keinginan sesaat.

1). Memilih konsumsi yang mendukung pendidikan dan pengembangan diri

Mahasiswa yang menjadikan *maslahat* sebagai prinsip konsumsi akan memprioritaskan pembelian yang dapat menunjang pendidikan dan pengembangan kompetensi⁵⁹. Misalnya, membeli buku, mengikuti seminar, atau berlangganan jurnal ilmiah menunjukkan bahwa konsumsinya diarahkan untuk manfaat jangka panjang, bukan sekadar kesenangan sesaat. Ibnu Khaldun memandang pendidikan dan ilmu sebagai pondasi kekuatan masyarakat. Dalam *Muqaddimah*, ia menyebut bahwa kemajuan suatu bangsa sangat ditentukan oleh pengembangan ilmu pengetahuan⁶⁰. Oleh karena itu, perilaku konsumsi mahasiswa yang mengarah pada kemajuan intelektual sejalan dengan semangat *maslahat* dalam Islam dan menjadi indikator bahwa konsumsi telah diarahkan secara produktif.

2). Menghindari pembelian barang atau jasa yang tidak bermanfaat

Sikap selektif dalam konsumsi merupakan ciri khas individu yang mempertimbangkan *maslahat*. Mahasiswa yang memiliki sikap ini akan

⁵⁹ Riska Khajiyah Isnaini and Nurul Wulandari Putri, "Analisis Konsep Maslahat Dalam Konsumsi Dari Sudut Pandang Ekonomi Islam Pada Masyarakat Di Desa Slawi-Wetan," *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3 (2025).

⁶⁰ Thoah, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

menahan diri dari membeli produk yang tidak memiliki nilai guna, seperti barang trend sesaat yang tidak mendukung fungsi akademik maupun keseharian⁶¹. Ibnu Khaldun menyatakan bahwa pemborosan atas barang-barang mewah atau tidak bermanfaat akan melemahkan struktur sosial dan mempercepat proses kemerosotan moral⁶². Oleh sebab itu, indikator ini menandakan kesadaran mahasiswa dalam menjadikan konsumsi sebagai sarana pencapaian *maslahat* bukan sekadar pemenuhan hasrat sesaat.

3). Memperhitungkan efek jangka panjang dari konsumsi

Pertimbangan *maslahat* mendorong mahasiswa untuk menganalisis terlebih dahulu manfaat jangka panjang sebelum melakukan pembelian. Mereka akan memikirkan apakah barang yang dibeli bisa digunakan dalam waktu lama, seberapa besar kontribusinya terhadap aktivitas produktif, dan apakah pembelian tersebut dapat mengganggu kebutuhan penting lainnya⁶³. Ibnu Khaldun dalam analisisnya terhadap perilaku konsumsi menyebut bahwa masyarakat yang berpikir panjang dalam konsumsi cenderung lebih stabil secara ekonomi dan sosial⁶⁴. Maka dari itu, indikator ini menunjukkan perilaku konsumsi yang rasional, efisien, dan berorientasi jangka panjang.

4). Mengutamakan kualitas dan fungsi daripada gengsi atau merek

Mahasiswa yang mempertimbangkan *maslahat* akan menilai produk berdasarkan fungsi dan daya tahan, bukan karena merek atau gengsi sosial. Dalam dunia kampus, banyak mahasiswa membeli barang bermerek hanya demi pencitraan. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip *maslahat* yang menekankan pada manfaat objektif. Ibnu Khaldun mengingatkan bahwa kecenderungan masyarakat dalam memprioritaskan simbol-simbol status atas fungsi nyata mencerminkan fase kemewahan yang rentan terhadap

⁶¹ Laura Angelina and Riska Dwi Astuti, "Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan* 3, no. 1 (2024): 81–89, <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss1.art11>.

⁶² Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁶³ Siti Maghfiroh, Saiful Ansori, and Umi Khomsiyatun, "Konsep Masalah Dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami Pada Bulan Ramadhan Di Indonesia," *Jurnal Penelitian Agama* 23, no. 1 (2022): 109–24, <https://doi.org/10.24090/JPA.V23I1.2022.PP109-124>.

⁶⁴ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

kehancuran⁶⁵. Oleh karena itu, indikator ini menandakan perilaku konsumsi yang rasional dan berdasar pada nilai kegunaan, bukan persepsi sosial.

5). Menjadikan konsumsi sebagai sarana pencapaian tujuan hidup yang produktif

Maslahat dalam konsumsi juga berarti bahwa setiap pembelanjaan diarahkan untuk mendukung visi hidup, seperti kesuksesan akademik, kebermanfaatan sosial, atau spiritualitas⁶⁶. Mahasiswa yang memiliki kesadaran *maslahat* akan menggunakan uangnya untuk kegiatan yang membangun kualitas hidupnya, bukan untuk tujuan pamer atau pemborosan. Ibnu Khaldun dalam pandangannya tentang peradaban menegaskan bahwa perilaku ekonomi masyarakat sangat memengaruhi nasib kolektif suatu bangsa. Maka, ketika mahasiswa mampu menjadikan konsumsi sebagai alat untuk mencapai tujuan hidup produktif, itu menjadi tanda bahwa perilaku konsumsi mereka telah berada pada tingkat yang tinggi secara moral dan strategis.

4. Pengaruh Sosial

a. Pengertian Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah dorongan atau tekanan dari lingkungan sekitar, seperti teman sebaya, media sosial, dan budaya populer, yang memengaruhi keputusan konsumsi individu. Ibnu Khaldun mengamati bahwa konsumsi masyarakat seringkali merupakan peniruan terhadap perilaku elite yang cenderung hidup mewah. Fenomena ini disebutnya sebagai efek penularan sosial, di mana kemewahan kelas atas menyebar ke kelas bawah meskipun kemampuan ekonomi mereka tidak mendukung. Dalam konteks ini, beliau menyatakan bahwa

⁶⁵ Thoha.

⁶⁶ Maghfiroh, Ansori, and Khomsiyatun, "Konsep Maslahah Dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami Pada Bulan Ramadhan Di Indonesia."

“الإنسان مديني بالطبع، لا بد له من الاجتماع الذي هو العمران، وإلا لم يتمكن من تحصيل

معاشه”.

(Manusia secara *fitrah* bersifat sosial; ia harus hidup dalam masyarakat, karena tanpa itu ia tidak dapat memenuhi kebutuhannya)⁶⁷. Keterikatan sosial ini mendorong manusia untuk meniru, sebagaimana ditegaskan:

“الإنسان على فطرته يقلّد من يعظّمه أو يراه أرفع منه في العيش أو الحضارة”.

(Manusia secara *fitrah* meniru orang yang ia kagumi atau yang dianggapnya lebih tinggi dalam kehidupan dan peradaban)⁶⁸.

Ali Abdul Wahid Wafi menyimpulkan bahwa Ibnu Khaldun menegaskan manusia adalah makhluk sosial yang dipengaruhi oleh lingkungan dan kebiasaannya, serta meniru orang yang dikagumi atau dianggap sempurna⁶⁹. Dalam pandangan Ibnu Khaldun, kondisi ini menunjukkan pergeseran fungsi konsumsi dari pemenuhan kebutuhan menjadi alat pencitraan sosial. Hal ini tercermin pada mahasiswa yang, dalam lingkungan konsumtif, terpengaruh untuk membeli barang bermerek, mengunjungi tempat mahal, atau meniru gaya hidup selebriti media sosial. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan kesadaran kritis terhadap pengaruh sosial dalam konsumsi, agar perilaku mereka tetap konsisten dengan nilai *qana'ah*, *maslahat*, dan etika Islam.

b. Indikator Pengaruh Sosial

Dalam analisis Ibnu Khaldun, perilaku konsumsi manusia tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh faktor sosial yang membentuk cara individu memandang dirinya dan lingkungannya. Ia

⁶⁷ مقدمة ابن جلدون الجزء الأول, جلدون.

⁶⁸ مقدمة ابن جلدون الجزء الثاني, جلدون.

⁶⁹ مقدمة ابن جلدون, عبدالواحدوافي.

menegaskan bahwa manusia memiliki kecenderungan meniru (*taqallud*) perilaku orang lain dalam masyarakat, termasuk dalam cara mereka mengonsumsi barang dan jasa. Hal ini tercermin ketika seseorang membeli suatu barang bukan karena kebutuhan nyata, tetapi karena dipengaruhi tren, tekanan teman sebaya, atau dorongan untuk mengikuti gaya hidup sosial yang sedang berkembang. Pengaruh sosial juga dapat muncul melalui media, di mana paparan terhadap citra kemewahan, gaya hidup selebritas, ataupun influencer mampu membentuk keinginan konsumsi baru yang sebelumnya tidak dibutuhkan. Dalam kondisi ini, individu sering kali merasa takut tertinggal jika tidak mengikuti perkembangan gaya hidup di sekitarnya, sehingga konsumsi menjadi sarana untuk membangun citra diri dan mendapatkan pengakuan sosial. Dengan demikian, Ibnu Khaldun melihat bahwa konsumsi bukan hanya tindakan ekonomi, tetapi juga proses sosial di mana individu membandingkan diri dengan orang lain dan berusaha menempatkan dirinya dalam struktur sosial yang lebih tinggi melalui pemilihan barang konsumsi.

1). Mempertimbangkan norma dan nilai lingkungan sebelum melakukan konsumsi

Dalam lingkungan sosial mahasiswa, perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh preferensi individu, tetapi juga oleh norma dan nilai yang berlaku di sekitarnya. Ketika mahasiswa mempertimbangkan etika, kesopanan, dan nilai keislaman lingkungan sebelum membeli suatu barang, maka keputusan konsumsi tersebut mencerminkan adanya pengaruh sosial yang bersifat konstruktif⁷⁰. Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* menjelaskan bahwa kebiasaan dan adat masyarakat memiliki peran besar dalam membentuk tindakan individu⁷¹. Oleh karena itu, pertimbangan terhadap

⁷⁰ Nisa Fadlilah Aryani, "Pengaruh Media Sosial Dan Peer Pressure Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unisma Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening," *E – Jurnal Riset Manajemen* 14, no. 01 (2022): 506–17.

⁷¹ Thoah, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

norma lingkungan menjadi indikator bahwa pengaruh sosial berfungsi sebagai pengarah perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bermoral.

2). Terpengaruh oleh teman sebaya dalam memilih konsumsi yang bermanfaat

Dalam kehidupan mahasiswa, kelompok pertemanan memiliki pengaruh kuat terhadap pola konsumsi sehari-hari. Ketika seseorang memilih barang atau jasa karena dorongan teman sebaya yang menekankan manfaat dan kegunaan, maka pengaruh sosial tersebut tidak bersifat negatif, melainkan mendukung perilaku konsumsi yang rasional⁷². Ibnu Khaldun menegaskan bahwa manusia cenderung meniru perilaku kelompoknya, dan peniruan ini sangat bergantung pada karakter kelompok tersebut⁷³. Dengan demikian, pengaruh teman sebaya yang mengarah pada konsumsi bermanfaat menjadi indikator bahwa lingkungan sosial mampu membentuk perilaku konsumsi yang produktif.

3). Menjadikan lingkungan sosial sebagai pengontrol perilaku konsumsi

Lingkungan sosial mahasiswa dapat berfungsi sebagai mekanisme kontrol terhadap perilaku konsumsi agar tidak berlebihan. Ketika mahasiswa menahan diri dalam konsumsi karena mempertimbangkan pandangan dan nilai yang berlaku di lingkungannya, hal ini menunjukkan adanya kontrol sosial yang efektif⁷⁴. Ibnu Khaldun menyatakan bahwa masyarakat yang memiliki kebiasaan dan nilai moral yang kuat akan mampu mengendalikan perilaku anggotanya⁷⁵. Oleh karena itu, menjadikan lingkungan sosial sebagai pengontrol konsumsi merupakan indikator bahwa pengaruh sosial berperan dalam menjaga keseimbangan dan rasionalitas perilaku konsumsi.

⁷² Rahel Monica S Simangunsong et al., "Pengaruh Harga Diri Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z," *Jurnal Psychomutiara* 1, no. 11 (2021): 6.

⁷³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁷⁴ Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi. Hartiyani Sadu Budanti, "Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Uns," *Jubis* 4, no. 1 (2023): 1–14.

⁷⁵ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

4). Mengikuti gaya hidup sosial yang sederhana dan tidak berlebihan

Gaya hidup sosial yang berkembang di lingkungan mahasiswa turut membentuk pola konsumsi individu. Ketika mahasiswa menyesuaikan konsumsinya dengan gaya hidup sosial yang sederhana dan tidak berlebihan, maka pengaruh sosial tersebut mendorong perilaku konsumsi yang moderat⁷⁶. Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* mengkritik kecenderungan hidup mewah karena dapat melemahkan moral dan ketahanan sosial⁷⁷. Oleh sebab itu, mengikuti gaya hidup sosial yang sederhana menjadi indikator bahwa pengaruh sosial berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumsi yang proporsional.

5). Mendapatkan dorongan sosial untuk menghindari konsumsi yang bersifat pamer dan tidak perlu

Dalam interaksi sosial mahasiswa, lingkungan pergaulan dapat memberikan dorongan moral untuk menghindari konsumsi yang bersifat pamer atau hanya bertujuan mencari pengakuan sosial. Ketika mahasiswa menghindari konsumsi semacam ini karena pengaruh lingkungan, maka keputusan tersebut mencerminkan adanya pengaruh sosial yang positif⁷⁸. Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa kecenderungan meniru kemewahan dapat membawa masyarakat pada pemborosan dan kemunduran⁷⁹. Dengan demikian, dorongan sosial untuk menjauhi konsumsi pamer menjadi indikator bahwa pengaruh sosial berperan dalam menjaga perilaku konsumsi yang rasional dan bernilai.

⁷⁶ Sri Cahyanti, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating" (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

⁷⁷ Thoah, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁷⁸ Raihan Saputra and Gevan Naufal Wala, "Pengaruh Tekanan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif (Study Literature Review)," *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* 2, no. 3 (2024): 111–22.

⁷⁹ Thoah, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

NO	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIA N	METODE PENELITIAN			TEORI	HASIL	PERBEDAAN
			Pendekatan	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data			

A. Maulidah, Pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli smartphone merek samsung (studi di kecamatan beleleng), Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, Bulan Agustus Tahun 2024

Minat beli (Y), Gaya Hidup (X1), Persepsi kualitas produk (X2)

Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif kausal. Purposive sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda

Minat beli, gaya hidup, persepsi kualitas produk

(1) gaya hidup dan persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, (2) gaya hidup memuat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan (3) persepsi kualitas produk memuat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung bagi konsumen di Kecamatan Buleleng.

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

N. N. S. P. Dewi,
PENGARUH GAYA
HIDUP DAN CITRA
MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK
MIE SEDAP (STUDI
PADA MAHASISWA
PRODI S1
MANAJEMEN), : Jurnal
Manajemen dan Bisnis,
Vol. 6 No. 2, Bulan
Agustus Tahun 2024

pembelian (Y),
gaya hidup
(X1), citra
merek (X2)

Metode penelitian yang dipergunakan
bersifat kuantitatif. Purposive sampling
dipergunakan untuk memilih sampel
penelitian ini, Teknik Pengumpulan
Data Menggunakan Kuesioner,
menggunakan analisis linier berganda

Pembelian,
gaya hidup,
citra merek

ialah (1) variabel gaya
hidup dan variabel
citra merek
memunculkan
pengaruh yang bersifat
secara positif dan
signifikan terhadap
variabel keputusan
pembelian. (2) variabel
gaya hidup
memunculkan
pengaruh yang bersifat
secara positif dan
signifikan terhadap
variabel keputusan
pembelian. (3) variabel
citra merek
memunculkan
pengaruh yang bersifat
secara positif dan
signifikan terhadap
variabel keputusan
pembelian.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Nama Peneliti: Farah Dilla Wanda Damayanti ,
Clarashinta Canggih
Judul: PENGARUH
PENGUNAAN
PEMBAYARAN
SHOPEEPAY LATER
TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI ISLAM
GENERASI MILENIAL
DI SURABAYA NAMA
JURNAL DAN TAHUN
(Vol & Edisi): Jurnal
Ilmiah Ekonomi Islam
7(03), 2021, 1905-1915

pengaruh
kemudahan
(X1),
kepercayaan
(X2), gaya
hidup (X3)
terhadap
perilaku
konsumsi (Y)

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis data interval dan sumber data primer

pengaruh
kemudahan,
kepercayaan,
gaya hidup,
terhadap
perilaku
konsumsi

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepercayaan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Begitu juga dengan pengaruh antara variabel memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Nailul Murod,
PENGARUH
KESADARAN,
PERSEPSI DAN
PREFERENSI
KONSUMEN
TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN DALAM
MENGKONSUMSI
BUAH LOKAL DI
KAWASAN
PERPASARAN
JAKARTA BARAT,
Jurnal Agribisnis, Vol. 12,
No. 2, Desember 2018, [86
– 95]

Perilaku
Mengkonsumsi
Buah Lokal
(Y), Kesadaran
konsumen
(X1), Persepsi
konsumen
(X2),
Preferensi
konsumen
(X3)

Metode penelitian yang digunakan
bersifat kuantitatif. Nonprobability
Sampling digunakan untuk memilih
sampel penelitian ini, Teknik
Pengumpulan Data Menggunakan
Kuesioner, menggunakan analisis linier
berganda

Perilaku
Mengkonsumsi
Buah Lokal
(Y), Kesadaran
konsumen,
Persepsi
konsumen,
Preferensi
konsumen

Hasil penelitian
menunjukkan bahwa
variabel kesadaran,
persepsi dan preferensi
pelanggan secara
signifikan
mempengaruhi
perilaku konsumen
dalam mengkonsumsi
buah lokal.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Tiara Madina,
PENGARUH
PENDAPATAN
KELUARGA
TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI RUMAH
TANGGA DALAM
PERSPEKTIF ISLAM
STUDI KASUS
KECAMATAN ILIR
TIMUR II
PALEMBANG, Economic
a Sharia: Jurnal Pemikiran
dan Pengembangan
Ekonomi Syariah Volume
4 No 2 Febuari 2019

pendapatan
keluarga(X1),
perilaku
konsumsi(y)

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan. Di mana populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik nonprobabilitas sampling sebanyak 100 orang responden. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi sederhana perilaku konsumsi

pendapatan
keluarga,

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara pendapatan keluarga dan perilaku konsumsi rumah tangga dalam perspektif Islam

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Rika Pristian Fitri Astuti,
PENGARUH STATUS
SOSIAL EKONOMI
ORANG TUA, LITERASI
EKONOMI DAN LIFE
STYLE TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI
MAHASISWA JURUSAN
PENDIDIKAN
EKONOMI IKIP PGRI
BOJONEGORO,
JURNAL EDUTAMA,
Vol 3, No. 2 Juli 2016

status sosial
ekonomi (X1),
literasi
ekonomi (X2),
perilaku
konsumsi (Y)

Metode
yang
digunakan
adalah
deskriptif
kuantitatif.
Analisis
data yang
digunakan
adalah
analisis
regresi
linier
berganda

status sosial
ekonomi ,

(1) Status sosial
ekonomi orang tua
berpengaruh positif
terhadap perilaku
konsumsi mahasiswa
jurusan pendidikan
ekonomi IKIP PGRI
Bojonegoro. (2)
Literasi ekonomi
berpengaruh positif
terhadap perilaku
konsumsi mahasiswa
IKIP PGRI
Bojonegoro. (3) Life
style berpengaruh
positif terhadap
perilaku konsumsi
mahasiswa IKIP PGRI
Bojonegoro. (4) Status
sosial ekonomi orang
tua, literasi Ekonomi
dan life style
berpengaruh terhadap
perilaku konsumsi
Mahasiswa Jurusan
pendidikan ekonomi
IKIP PGRI
Bojonegoro.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Untung
Surapati, RELATIONSHIP
BETWEEN CONSUMER
BEHAVIOR,
DISCOUNTS AND
PURCHASE DECISION,
International Journal of
Economics, Business and
Accounting Research
(IJEBA), Vol-4, Issue-1,
2020

Perilaku
konsumen
(Y), Keputusan
Membeli
(X1), Diskon
(X2)

Metode penelitian yang dipergunakan
bersifat kuantitatif. Nonprobability
Sampling dipergunakan untuk memilih
sampel penelitian ini, Teknik
Pengumpulan Data Menggunakan
Kuesioner, menggunakan analisis linier
berganda

Hasil
penelitian menunjukkan
bahwa perilaku
konsumen variabel
terhadap efek
diskon secara
signifikan, sedangkan
variabel hubungan
diskon untuk
keputusan Membeli
mempengaruhi
perilaku positif tetapi
tidak signifikan dan
bervariasi dari

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

Nurul Huda, Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah, Vol 3 No 1 edisi maret 2023

Keputusan Pembelian (Y), Perilaku Konsumen (X2), Minat Konsumen (X2)

Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif. Nonprobability Sampling digunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan dari uji hipotesis terdapat pengaruh perilaku konsumen (X1) dan minat beli konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) barang bekas, maka disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak. Perilaku yang ditunjukkan masyarakat dalam membeli pakaian thrifting tidak menunjukkan prinsip Islam karena berlebihan dalam membeli dan pembelian didasari oleh gengsi untuk dapat tampil trendy dilingkungan sosial.

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

Nurlaila Hanum, Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa, JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA, VOL. 1, NO. 2 OKTOBER 2017

Pendapatan (x1), Perilaku Konsumsi (x2)

Penelitian Kuantitatif, menggunakan Data primer, metode pengelolaan menggunakan analisis regresi linear sederhana

Pendapatan, perilaku konsumsi

Hasil persamaan regresi linier sederhana diperoleh $C = 22304,630 + 0,945Y$. Konstanta sebesar 22304,630 merupakan nilai dari konsumsi sebelum dipengaruhi pendapatan, artinya tingkat konsumsi tetap harus ada sebesar 22304,630. Kemudian koefisien regresi sebesar 0,945 merupakan nilai dari pendapatan yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dan bila ditingkatkan Rp. 100.000 maka akan meningkatkan konsumsi sebesar Rp. 94.500

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

Nurul Huda, Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin, Jurnal, Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA) Vol. 3, No. 1 Maret 2023

Keputusan pembelian (Y), Perilaku konsumen (X1), Minat beli (X2)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental yang merupakan bagian dari nonprobability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner

Keputusan pembelian, Perilaku konsumen, Minat beli

Hasil penelitian ini menunjukkan dari uji hipotesis terdapat pengaruh perilaku konsumen (X1) dan minat beli konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) barang bekas

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

Nurma Hasanah, Tuti Anggraini, Rahmat Daim Harahap, Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, MES Management Journal Volume 2 Nomor 1 (2023)

Lifestyle (X1), Social Media (X2), Lingkungan Sosial (X3), Perilaku Konsumsi (Y)

Metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian ini, kuisioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data, serta populasi dan sampel berjumlah 94 orang. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda

Variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsiKonsumsi (X2) mempunyai pengaruh yang bersignifikan terhadap Perilaku konsumsi Lingkungan Sosial (X3) mempunyai pengaruh yang bersignifikan terhadap Perilaku Konsumsi

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

elena millan, banwari
mittal, consumer
preference for status
symbolism of clothing: the
case of the czece republic,
psychologi & marketing,
10, 2017

Status Concern
(SC), Public
Self-
Consciousness
(PSC), Self-
Esteem (SE),
Susceptibility
to Normative
Social
Influence
(SNSI),
Preference for
Status
Meaning
(PSM),
Consumer
Interest in
Clothing
(CICL)

The data for this research came from a field survey in the Czech Republic, conducted by an international market research agency. Respondents were selected for face-to-face home-based interviews in 195 geographic sampling units spread throughout the country. A quota sampling procedure based on five quota controls (i.e., administrative region, locality size, gender, age, and education) was used. Random selection procedures were performed in all but the final stage of participants' selection. The response rate was 60%. A total of 1059 usable questionnaires were obtained

The developed theoretical framework was fully supported by the data collected for the study. Specifically, the study findings indicate that status conscious and publicly self-aware consumers tend to prefer clothing imbued with status symbolism... consumers who hold negative self-regard of themselves show a stronger preference for status clothing... SNSI and PSM had significant positive effects on CICL.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

teng yang, guofeng dong,
reserch on the influence of
social identity on
impulsive consumption
behavior, atlantis

social identity
(X1), intercept
tem (X2),
consumption
behavior (y)

the data for this research came from a
field survey in the Czech Republic,
conducted by an international market
research agency. Respondents were
selected for face-to-face home-based
interviews in 195 geographic sampling
units spread throughout the countr

social identity,
intercept tem,
consumption
behavior

The results show that
the stronger an
individual's sense of
social identity is, the
more likely he is to be
influenced by the
group behavior
pattern, and the more
inclined he is to make
impulsive
consumption
decisions.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

13

prof. Dr. Mahmut Tekin, A study on the effect of voluntary simplicity value on utilitarian consumption and green consumption value, SSDjournal Vol 7

utilitarian consumption (X1), the value of voluntary simplicity (Z), green consumption (Y)

quantitative research, using an online survey method with a practical sampling method

utilitarian consumption, the value of voluntary simplicity, green consumption

As a result of the analyzes, it was seen that there was a moderate correlation at 0.01 significance level between the voluntary simplicity value and utilitarian consumption. It was determined that there is a positive and strong relationship between voluntary simplicity value and green consumption value and between utilitarian consumption and green consumption value at 0.01 significance level.

perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

15

muhammad arif,
PENGARUH MOTIVASI
BELANJA HEDONIS,
UANG SAKU DAN
PROMO DISKON
TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF
MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUMATERA
UTARA PADA
APLIKASI SHOPEE,
Jubis Vol 4 tahun 2023

Motivasi
Belanja (x1),
uang saku
(x2), Promo
Diskon (x3),
Pembelian
impulsif (Y)

penelitian ini menggunakan metode
kuantitatif dengan pendekatan
probability sampling dengan
menggunakan random sampling

Motivasi
Belanja, uang
saku, Promo
Diskon,
Pembelian
impulsif

motivasi belanja
hedonis, uang saku
dan promo diskon
berpengaruh positif
dan signifikan
terhadap pembelian
impulsif mahasiswa
jurusan manajemen
Universitas Islam
Negeri Sumatera Utara
pada aplikasi Shopee.

perbedaan
pada teori
perilaku
konsumsi yang
di gunakan dan
variabel yang
di gunakan

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
1	A. Maulidah, Pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli smartphone merek samsung (sudi di kecamatan beleleng), Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, Bulan Agustus Tahun 2024 ⁸⁰	Minat beli (Y), Gaya Hidup (X1), Persepsi kualitas produk (X2)	Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif kausal. Purposive sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda	Minat beli, gaya hidup, persepsi kualitas produk	(1) gaya hidup dan persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, (2) gaya hidup memuat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan (3) persepsi kualitas produk memuat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung bagi konsumen di Kecamatan Buleleng.	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan
2	N. N. S. P. Dewi, pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk mie sedap (studi pada mahasiswa prodi s1 manajemen), : Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, Bulan Agustus Tahun 2024 ⁸¹	pembelian (Y), gaya hidup (X1), citra merek (X2)	Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif. Purposive sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda	Pembelian, gaya hidup, citra merek	ialah (1) variabel gaya hidup dan variabel citra merek memunculkan pengaruh yang bersifat secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. (2) variabel gaya hidup memunculkan pengaruh yang bersifat secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. (3) variabel citra merek memunculkan pengaruh yang	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

⁸⁰ A. Maulidah, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Samsung," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2024).

⁸¹ n n s p d e w i and n m d a M a y a s a r i, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedap (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)" 6, no. 2 (2024): 178–88.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
3	Nama Peneliti:Farah Dilla Wanda Damayanti , Clarashinta Canggih Judul:pengaruh penggunaan pembayaran shopeepay later terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di surabaya nama jurnal dan tahun (Vol & Edisi): Jurnal IlmiahEkonomi Islam 7(03), 2021, 1905-1915 ⁸²	pengaruh kemudahan (X1), kepercayaan (X2), gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumsi (Y)	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis data interval dan sumber data primer	pengaruh kemudahan, kepercayaan, gaya hidup, terhadap perilaku konsumsi	Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepercayaan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Begitu juga dengan pengaruh antara variabel memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya.	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan
4	Nailul Murod, pengaruh kesadaran, persepsi dan preferensi konsumen terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal di kawasan perpasaran jakarta barat, Jurnal	Perilaku Mengkonsumsi Buah Lokal (Y), Kesadaran konsumen (X1), Persepsi konsumen (X2), Preferensi konsumen (X3)	Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif. Nonprobability Sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner,	Perilaku Mengkonsumsi Buah Lokal (Y), Kesadaran konsumen, Persepsi konsumen,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran, persepsi dan preferensi pelanggan secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi buah lokal.	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

⁸² F D W Damayanti and C Canggih, "Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1905–15, <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
	Agribisnis, Vol. 12, No. 2, Desember 2018, [86 – 95] ⁸³		menggunakan analisis linier berganda	Preferensi konsumen		
5	Siti Nurun Nadhifah, Etika Konsumsi dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an dan Hadis, Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), Vol 8 No 1, Januari 2025 ⁸⁴		pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, meliputi wawancara observasi partisipatif dan analisis dokumen	Etika Konsumsi Islam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonisme bertentangan dengan prinsip prinsip konsumsi Islam seperti zuhud, larangan israf dan tabdzir, serta konsep halal dan thayyib. Analisis berdasarkan Maqashid Syariah mengungkapkan dampak negatif hedonisme terhadap perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Faktor-faktor pendorong konsumsi berlebihan meliputi globalisasi, pengaruh media, materialisme, dan perubahan gaya hidup. penelitian menekankan pentingnya pendekatan komprehensif dalam mengatasi hedonisme, termasuk penguatan	Perbedaan pada metode penelitian

⁸³ Nailul Murod, Siti Rochaeni, and Lilis Imamah Ichdayati, “Pengaruh Kesadaran, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Buah Lokal Di Kawasan Perpasaran Jakarta Barat,” *Agribusiness Journal* 12, no. 2 (2019): 86–96, <https://doi.org/10.15408/aj.v12i2.11860>.

⁸⁴ Nadhifah and Syakur, “Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis.”

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
					pemahaman agama, edukasi konsumsi bertanggung jawab, dan pengembangan sistem ekonomi sesuai prinsip Islam.	
6	Rahmat Hidayat, Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun dan Al-Ghazali Serta Relevansinya Terhadap Perekonomian di Indonesia, Hamfara : Journal of Islamic Economic Studies, Volume 1 Number 1, February (2025) ⁸⁵		metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka	Ekonomi al-ghazali dan ibnu khaldun	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Al-Ghazali menekankan pentingnya etika dalam ekonomi yang mencakup aspek moralitas dalam kegiatan ekonomi, keadilan distribusi kekayaan, serta penghindaran dari praktik riba dan penindasan. Sementara itu, Ibnu Khaldun, dengan teori "Asabiyah"-nya, mengaitkan pertumbuhan ekonomi dengan kekuatan sosial dan solidaritas dalam masyarakat yang mempengaruhi kestabilan dan kemakmuran suatu	Perbedaan pada metode penelitian

⁸⁵ Rahmat Hidayat and Fiantika Salwa Ibrahim, "Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun Dan Al-Ghazali Serta Relevansinya Terhadap Perekonomian Di Indonesia," *Hamfara : Journal of Islamic Economic Studies* 1, no. 1 (2025).

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
					negara. Tantangan ekonomi Indonesia yang meliputi ketimpangan sosial, kemiskinan, dan pengangguran, maka pemikiran kedua tokoh ini dapat memberikan solusi berbasis nilai-nilai Islam yang menekankan keseimbangan, keadilan, dan kesejahteraan sosial.	
7	Untung Surapati, Relationship Between Consumer Behavior, Discounts And Purchase Decision, International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), Vol-4, Issue-1, 2020 ⁸⁶	Perilaku konsumen (Y), Keputusan Membeli (X1), Diskon (X2)	Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif. Nonprobability Sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda	Perilaku konsumen, Keputusan Membeli, Diskon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen variabel terhadap efek diskon secara signifikan, sedangkan variabel hubungan diskon untuk keputusan membeli mempengaruhi perilaku positif tetapi tidak signifikan	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang digunakan dan variabel yang digunakan
8	Nurul Huda, Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin, Jurnal Ilmiah Mahasiswa	Keputusan Pembelian (Y), Perilaku Konsumen (X2), Minat Konsumen (X2)	Metode penelitian yang dipergunakan bersifat kuantitatif. Nonprobability Sampling dipergunakan untuk memilih sampel penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data	Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, Minat Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan dari uji hipotesis terdapat pengaruh perilaku konsumen (X1) dan minat beli konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) barang bekas,	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang digunakan dan variabel yang digunakan

⁸⁶ Mahsyar Surapati, "Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase Decision," *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (Ijebar)* 4, no. 1 (2020): 2614–1280.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
	Perbankan Syariah, Vol 3 No 1 edisi maret 2023 ⁸⁷		Menggunakan Kuesioner, menggunakan analisis linier berganda		maka disimpulkan Ha diterima dan Ho ditolak. Perilaku yang ditunjukkan masyarakat dalam membeli pakaian thrifting tidak menunjukkan prinsip Islam karena berlebih-lebihan dalam membeli dan pembelian didasari oleh gengsi untuk dapat tampil trendy dilingkungan sosial.	
9	Jhody Wiraputra, Ekonomi Islam dalam Pandangan Ibnu Khaldun, Kalamizu : Jurnal Sains, Sosial, dan Studi Agama, Volume 1 Number 8, December (2025), 919-929. ⁸⁸		Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi pustaka dengan teknik analisis konten dan hermeneutika terhadap karya primernya, Kitab Al <i>Muqaddimah</i> , untuk menafsirkan dan menghubungkan konsep konsep kuncinya secara historis-deskriptif	Teori Ekonomi Ibnu Khaldun	Hasilnya menunjukkan bahwa ekonomi Khaldun adalah sistem yang holistik dan normatif, di mana Keadilan merupakan prasyarat mutlak bagi Kemakmuran. Ia menegaskan tenaga kerja sebagai sumber nilai utama dan memberikan kerangka analisis fiskal	Perbedaan pada metode penelitian

⁸⁷ Nurul Huda et al., “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)* 3, no. 1 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.155>.

⁸⁸ Jhody Wiraputra, Okta Sari, and Yulia Andriani, “Ekonomi Islam Dalam Pandangan Ibnu Khaldun,” *Kalamizu : Jurnal Sains, Sosial, Dan Studi Agama* 1, no. 8 (2025): 919–29.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
					canggih yang menghubungkan pajak tinggi dengan keruntuhan peradaban, serta membatasi peran negara hanya pada penegakan keadilan dan keamanan pasar. Secara implikasi, penelitian ini memberikan landasan filosofis dan legitimasi intelektual bagi Ekonomi Islam kontemporer untuk mengembangkan kerangka yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga pada keadilan sosial dan keberlanjutan.	
10	muhammad arif, pengaruh motivasi belanja hedonis, uang saku dan promo diskon terhadap pembelian impulsif mahasiswa jurusan manajemen universitas islam negeri sumatera utara	Motivasi Belanja (x1), uang saku (x2), Promo Diskon (x3), Pembelian impulsif (Y)	penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan probability sampling dengan menggunakan random sampling	Motivasi Belanja, uang saku, Promo Diskon, Pembelian impulsif	motivasi belanja hedonis, uang saku dan promo diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada aplikasi Shopee.	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
	pada aplikasi shopee, Jubis Vol 4 tahun 2023 ⁸⁹					
11	Nurma Hasanah, Tuti Anggraini, Rahmat Daim Harahap, Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, MES Management Journal Volume 2 Nomor 1 (2023) ⁹⁰	Lifestyle (X1), Social Media (X2), Lingkungan Sosial (X3), Perilaku Konsumsi (Y)	Metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian ini, kuisioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data, serta populasi dan sampel berjumlah 94 orang. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda	Lifestyle, Social Media, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumsi	Variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku konsumsiKonsumsi (X2) mempunyai pengaruh yang bersignifikan terhadap Perilaku konsumsi Lingkungan Sosial (X3) mempunyai pengaruh yang bersignifikan terhadap Perilaku Konsumsi	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan
12	elena millan, banwari mittal, consumer preference for status symbolism of clothing: the case of the czece republic, psychologi & marketing, 10, 2017 ⁹¹	<i>Status Concern (SC), Public Self-Consciousness (PSC), Self-Esteem (SE), Susceptibility to Normative Social Influence (SNSI), Preference for Status</i>	<i>Respondents were selected for face-to-face home-based interviews in 195 geographic sampling units spread throughout the country. A quota sampling procedure based on five quota controls (i.e.,</i>	<i>Status Concern (SC), Public Self-Consciousness (PSC), Self-Esteem (SE), Susceptibility to Normative Social Influence (SNSI), Preference</i>	<i>The developed theoretical framework was fully supported by the data collected for the study. Specifically, the study findings indicate that status conscious and publicly self-aware consumers tend to</i>	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

⁸⁹ Vania Sally Nabila Muhammad Arif, Nursantri Yanti, “pengaruh motivasi belanja hedonis, uang saku dan promo diskon terhadap pembelian impulsif mahasiswa jurusan manajemen universitas islam negeri sumatera utara pada aplikasi shopee,” *Jubis* 4, no. 1 (2023): 89–97.

⁹⁰ Hasanah, Anggraini, and Harahap, “Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam:”

⁹¹ Millan, Elena, “Consumer Preference for Status Symbolism of Clothing: The Case of the Czech Republic.”

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
		<i>Meaning (PSM), Consumer Interest in Clothing (CICL)</i>	<i>administrative region, locality size, gender, age, and education) was used. Random selection procedures were performed in all but the final stage of participants' selection. The response rate was 60%. A total of 1059 usable questionnaires were obtained</i>	<i>for Status Meaning (PSM), Consumer Interest in Clothing (CICL)</i>	<i>prefer clothing imbued with status symbolism... consumers who hold negative self-regard of themselves show a stronger preference for status clothing... SNSI and PSM had significant positive effects on CICL.</i>	
13	<i>Rooman Sajid Rao, cultural orientation and impulse buying Behavior among gen-z: a survey-based Analysis, cbr (Consumer behavior review), 9(1), e 267539.⁹²</i>		<i>Quantitative, research collected data through survey</i>	<i>Cultural Orientation,</i>	<i>male students were significantly more impulsive than their female counterparts. Mapping cultural blueprinting into daily consumption gives this particular research a rare empirical contribution. It has practical implications in financial literacy initiatives, culturally targeted marketing and digital consumer behavior policymaking in the developing economies.</i>	Perbedaan pada metode penelitian

⁹² rooman Sajid Rao And Faiza Latif, "Cultural Orientation And Impulse Buying Behavior Among Gen-Z : A Survey-Based Analysis," *Cbr (Consumer Behavior Review)* 9 (2025): 1–16.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
14	Joy de los Reyes, <i>the influence of perceived credibility and Parasocial relationships on consumer Trust in influencer-endorsed brand Messages, cbr (Consumer behavior review)</i> , 9(1), 2025 ⁹³	Consumer Trust (Y), Perceived Credibility (X1), Parasocial Relationship (X2)	quantitative survey	Consumer Trust, Perceived Credibility), Parasocial Relationship	In terms of the research questions, there is a weaker positive correlation between perceived influencer credibility and consumer trust. Credibility is not statistically significant, even though it slightly relates to trust. The correlation between parasocial strength and consumer trust is a much stronger positive relationship, which means that the emotional connection with influencers significantly boosts trust	Perbedaan pada variabel penelitian dan teori yang digunakan
15	Teng Yang, Guofeng Dong, <i>Reserch On The Influence Of Social Identity On Impulsive Consumption Behavior, Atlantis</i> ⁹⁴	social identity (X1), intercept tem (X2), consumption behavior (y)	the data for this research came from a field survey in the Czech Republic, conducted by an international market research agency. Respondents were selected for face-to-face home-based	social identity, intercept tem, consumption behavior	The results show that the stronger an individual's sense of social identity is, the more likely he is to be influenced by the group behavior pattern, and the more inclined he is to make	perbedaan pada teori perilaku konsumsi yang di gunakan dan variabel yang di gunakan

⁹³ consumer Behavior Review, "The Influence Of Perceived Credibility And Parasocial Relationships On Consumer Trust In Influencer-Endorsed Brand Messages," *Cbr (Consumer Behavior Review)* 9, no. 1 (2025): 1–11.

⁹⁴ Teng Yang and Guofeng Dong, *Research on the Influence of Social Identity on Impulsive Consumption Behavior* (Atlantis Press International BV, 2025), <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-710-6>.

No	PENELITI, JUDUL, NAMA JURNAL DAN TAHUN (Vol & Edisi)	GAP & VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	TEORI	HASIL	PERBEDAAN
			<i>interviews in 195 geographic sampling units spread throughout the countr</i>		<i>impulsive consumption decisions.</i>	

Penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumsi mahasiswa umumnya menggunakan pendekatan ekonomi konvensional dan teori perilaku konsumen modern dengan menekankan faktor-faktor individual seperti gaya hidup, pendapatan, media sosial, diskon, dan motivasi hedonis. Konsumsi dalam studi-studi tersebut diposisikan sebagai respons terhadap preferensi individu dan stimulus eksternal sehingga belum banyak dianalisis dalam kerangka nilai ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pemikiran Ibnu Khaldun sebagai kerangka teoretis untuk menjelaskan perilaku konsumsi. Gap penelitian terletak pada masih terbatasnya studi kuantitatif yang mengoperasionalkan pemikiran Ibnu Khaldun dalam model empiris perilaku konsumsi. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan konsep Ibnu Khaldun ke dalam variabel yang dapat diukur secara empiris. Perilaku konsumsi dalam penelitian ini dipahami sebagai fenomena moral, rasional, dan sosial yang direpresentasikan melalui variabel nilai kesederhanaan, pertimbangan maslahat, dan pengaruh sosial.

C. Kerangka Berfikir

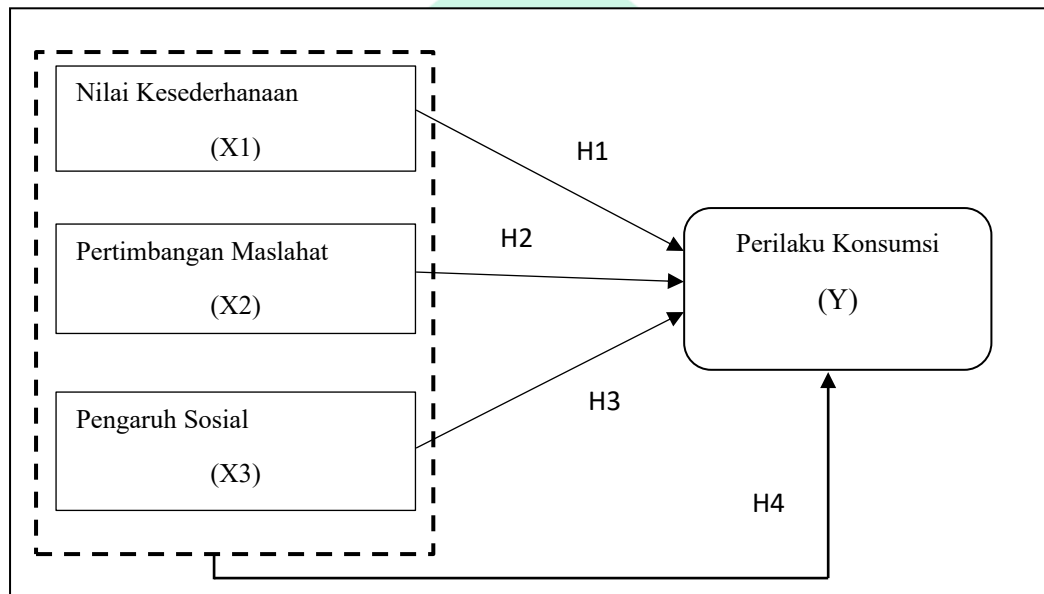
Kerangka pemikiran merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternative solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variable yang akan diteliti. Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variable atau lebih.⁹⁵

Alur kerangka pemikiran yang menggambarkan pengaruh faktor-faktor yang melatarbelakangi terbentuknya pengaruh perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor. factor-faktor dalam penelitian ini meliputi factor Nilai Kesederhanaan (X1), Pertimbangan Maslahat (X2), Pengaruh Sosial (X3). dimana model analisis yang digunakan adalah model analisis faktor, yang bertujuan untuk melihat berapa banyak faktor-faktor yang berpengaruh bagi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, Dalam penelitian ini faktor-faktor yang terbentuk

⁹⁵ sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d,” Bandung Alif, 2011.

nanti, merupakan gambaran bahwa faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian



———— : Pengaruh Parsial
 - - - - - : Pengaruh Simultan

H1 : Nilai Kesederhanaan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi

H2 : Pertimbangan Maslahat Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi

H3 : Pengaruh Sosial Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi

H4 : Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial
 Pengaruh Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumsi

D. Hipotesis Penelitian

Dasar teoritis dan tinjauan pustaka yang telah disajikan, maka struktur penelitian yang diajukan dapat terlihat dari hipotesis dalam penelitian. Hipotesis dalam penelitian memang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Ini adalah asumsi yang dibuat berdasarkan teori atau pengetahuan sebelumnya yang akan diuji melalui penelitian. Hipotesis dirumuskan untuk memberikan arah

dan fokus pada penelitian, serta untuk memberikan dasar bagi pengumpulan dan analisis data. Hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Kesederhanaan Terhadap Perilaku Konsumsi

Kesederhanaan atau *qana'ah* dalam perspektif Islam merupakan sikap mental yang menerima rezeki apa adanya dengan penuh syukur, serta tidak menginginkan hal-hal yang berlebihan di luar kemampuan. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* menekankan bahwa kesederhanaan merupakan bagian dari akhlak terpuji yang menjaga manusia dari sifat rakus dan cinta dunia. Ia menyatakan bahwa *qana'ah* melahirkan ketenangan hati dan menjauhkan dari perlombaan konsumsi yang melenakan⁹⁶. Dalam pemikiran Ibnu Khaldun, nilai kesederhanaan atau *al-qana'ah* memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas masyarakat dan individu. Bagi Ibnu Khaldun, sebuah peradaban yang kuat adalah peradaban yang mampu menjaga keseimbangan antara keinginan dan kebutuhan. Ketika individu merasa cukup dengan apa yang dimilikinya, maka mereka tidak terjebak dalam siklus konsumsi yang berlebihan⁹⁷.

Ha1: Nilai Kesederhanaan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

Ha0: Nilai Kesederhanaan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

2. Pengaruh Pertimbangan Maslahat Terhadap Perilaku Konsumsi

Pertimbangan *maslahat* atau *manfa'ah* adalah prinsip dalam ekonomi Islam yang mendorong individu untuk memikirkan dampak jangka panjang dari konsumsi, baik terhadap dirinya maupun terhadap masyarakat. Dalam kerangka *maqashid al-shariah*, konsumsi seharusnya berkontribusi terhadap terpeliharanya agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta⁹⁸. Ibnu Khaldun

⁹⁶ Yakub, *Terjemah Ihya' Ulumiddin*.

⁹⁷ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

⁹⁸ Nofianto et al., *Pengantar Ekonomi Syariah*, ed. Ali Sakti Rifki Ismal, *Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia* (Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia Pengantar, 2021).

mengajukan sebuah pandangan yang penting tentang pentingnya pertimbangan *maslahat* dalam setiap tindakan, termasuk dalam perilaku konsumsi. Dalam teori beliau, tindakan yang membawa manfaat jangka panjang bagi individu dan masyarakat adalah landasan utama dalam membangun sebuah peradaban yang kokoh. Konsumsi yang baik adalah konsumsi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga memperhatikan dampak positifnya terhadap kehidupan sosial dan ekonomi secara lebih luas⁹⁹.

Ha2: pertimbangan *maslahat* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor.

Ha0: pertimbangan *maslahat* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor.

3. Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi

Pengaruh sosial adalah dorongan atau tekanan dari lingkungan sekitar, seperti teman sebaya, media sosial, dan budaya populer, yang memengaruhi keputusan konsumsi individu. Dalam Islam, manusia adalah makhluk sosial yang dipengaruhi oleh lingkungan, namun tetap harus menjaga prinsip akhlak dan *syariah*. Al-Ghazali dalam kitab *Bidayatul Hidayah* menyatakan bahwa teman buruk bisa menyeret seseorang dalam kebiasaan tercela, termasuk perilaku konsumtif¹⁰⁰. Ibnu Khaldun menulis bahwa konsumsi masyarakat sering kali meniru perilaku elite yang gemar hidup mewah. Fenomena ini ia sebut sebagai efek penularan sosial, di mana kemewahan kelas atas menular ke kelas bawah, meski tidak didukung oleh kemampuan ekonomi¹⁰¹.

Ha3: Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

Ha0: Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

⁹⁹ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

¹⁰⁰ Abu Ali al Banjari an Nadwi, *Terjemah Bidayatul Hidayah*.

¹⁰¹ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

4. Pengaruh Nilai kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumsi

Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* memandang perilaku konsumsi manusia sebagai hasil interaksi berbagai faktor yang bekerja secara bersamaan, bukan secara terpisah. Ia menjelaskan bahwa konsumsi pada awalnya bertujuan memenuhi kebutuhan dasar, namun dalam perkembangan masyarakat sangat dipengaruhi oleh nilai kesederhanaan (*qanā'ah*) sebagai pengendali moral, pertimbangan *maslahat* sebagai dasar rasional dalam menentukan manfaat konsumsi, serta pengaruh sosial yang mendorong manusia meniru gaya hidup kelompok yang dianggap lebih tinggi kedudukannya¹⁰². Ibnu Khaldun menegaskan bahwa ketika kesederhanaan melemah, *maslahat* diabaikan, dan tekanan sosial mendorong kemewahan, konsumsi akan bergeser menjadi berlebihan dan merusak tatanan moral serta sosial. Sebaliknya, apabila nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial yang sehat berjalan secara simultan, maka perilaku konsumsi akan bersifat proporsional, rasional, dan menjaga keberlangsungan individu maupun peradaban¹⁰³.

Ha4: Nilai kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

Ha0: Nilai kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas Darussalam gontor

¹⁰² Choirul Huda, "Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam; Ibnu Khaldun," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2013): 103–24, <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.1.774>.

¹⁰³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana peneliti menggunakan metode ilmiah untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara kuantitatif¹⁰⁴. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak untuk memastikan representativitas sampel terhadap populasi yang lebih besar¹⁰⁵. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan prosedur statistika. Variabel-variabel tersebut dapat diukur dengan instrumen penelitian yang digunakan, dan analisis statistika. Dalam Penelitian ini Penulis menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (X) kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, pengaruh sosial, Variabel Terikat (Y) Perilaku Konsumsi.

B. Tempat dan Waktu penelitian

Tempat Penelitian di Universitas Darussalam Gontor yang bertempat Jl. Raya Siman, Dusun I, Demangan, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 25 desember 2025 s/d 30 januari 2026. Penelitian ini dilakukan di Universitas Darussalam Gontor karena institusi tersebut memiliki karakteristik lingkungan akademik yang berbasis sistem pesantren, yang menekankan pembentukan nilai kesederhanaan, kedisiplinan, dan tanggung jawab sosial dalam kehidupan mahasiswa. Lingkungan pendidikan yang mengintegrasikan nilai keislaman,

¹⁰⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, ed. sutopo. (bandung: Alfabeta, cv, 2019).

¹⁰⁵ Sugiyono.

kehidupan sosial kolektif, dan aktivitas akademik menjadikan Universitas Darussalam Gontor sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. Selain itu, mahasiswa Universitas Darussalam Gontor berasal dari latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam, sehingga memberikan variasi data yang memadai untuk analisis penelitian. Pemilihan lokasi penelitian ini juga didasarkan pada kesesuaian antara variabel penelitian, yaitu nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial, dengan kultur pendidikan dan kehidupan mahasiswa di lingkungan kampus tersebut. Dengan demikian, Universitas Darussalam Gontor dipandang sebagai lokasi penelitian yang representatif untuk mengkaji perilaku konsumsi dalam kerangka nilai-nilai Islam secara empiris.

C. Populasi dan Sampel penelitian

1. Populasi

Pengertian tentang populasi yang disampaikan adalah bahwa populasi merujuk pada keseluruhan objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian. Ini mencakup semua individu, item, atau elemen yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti¹⁰⁶. Populasi ini kemudian menjadi wilayah generalisasi dari mana kesimpulan dapat ditarik. Populasi dapat mencakup beragam entitas, mulai dari manusia, hewan, sampai dengan objek-objek fisik atau data tertentu¹⁰⁷. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor yang berjumlah 1632 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diuji atau diteliti dalam suatu penelitian. Pengambilan sampel seringkali dilakukan karena keterbatasan dana, waktu, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti, terutama dalam penelitian dengan populasi yang besar. Suatu sampel dianggap ideal jika dapat mewakili atau menggambarkan keadaan atau

¹⁰⁶ Sugiyono.

¹⁰⁷ Sena Wahyu Purwanza Et Al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, Ed. M.Kep Ns. Arif Munandar, S.Kep., *Media Sains Indonesia* (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2022).

karakteristik dari populasi secara keseluruhan, ini dikenal sebagai representatif¹⁰⁸. Dalam prakteknya, semakin besar ukuran sampel, semakin kecil peluang kesalahan dalam generalisasi terhadap populasi. Sebaliknya, semakin kecil ukuran sampel, semakin besar risiko kesalahan dalam generalisasi. Penentuan ukuran sampel harus dilakukan dengan hati-hati menggunakan teknik tertentu. Ini bisa melibatkan perhitungan statistik yang tepat untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih dapat memberikan hasil yang bisa dipercaya dan bisa dijadikan dasar untuk membuat kesimpulan yang valid tentang populasi yang lebih besar¹⁰⁹. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Ponorogo. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan untuk suatu penelitian berdasarkan ukuran populasi dan margin of error yang diinginkan.

Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

- n = Banyaknya sampel yang diperlukan
- N = Ukuran populasi
- e = Standar eror atau margin of error yang diinginkan

$$n = \frac{1632}{1 + 1632(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1632}{1 + 1632(0,0025)}$$

$$n = \frac{1632}{5,08}$$

$$n = 321$$

¹⁰⁸ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d.*

¹⁰⁹ Purwanza et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi.*

Berdasarkan perhitungan sebelumnya, dari populasi yang terdiri dari 1632 orang, peneliti akan memilih 321 responden sebagai sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi. Dalam pengertian ini, probabilitas pemilihan diketahui terlebih dahulu untuk setiap elemen populasi. Meskipun sistemnya acak, tetapi tetap menggunakan konsep matematik yang tepat yang diterapkan dengan mengikuti sejumlah aturan yang ketat, sehingga setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dapat dipilih sebagai sampel¹¹⁰. Teknik sampling adalah metode yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi.

D. Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Definisi operasional menurut Singarimbun adalah suatu konsep atau fenomena yang dijelaskan atau diuraikan dalam bentuk operasional atau langkah-langkah konkret yang digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep tersebut dalam konteks penelitian¹¹¹. Definisi ini merupakan hasil generalisasi dari sejumlah karakteristik atau atribut tertentu dari fenomena yang menjadi fokus penelitian. Dalam konteks penelitian, definisi operasional diperlukan untuk mengubah konsep abstrak atau teoritis menjadi sesuatu yang dapat diamati atau diukur secara konkret¹¹².

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

¹¹⁰ sugiyono, "Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d."

¹¹¹ Almasdi Syahza, *Metodologi Penelitian*, 2021.

¹¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Alfabeta, 2019).

Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Oprasional	Sumber
Perilaku Konsumsi (Y)	Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi manusia bermula dari pemenuhan kebutuhan dasar yang bersifat darurat bagi keberlangsungan hidup. Pada tahap awal peradaban (<i>'umrān</i>), manusia membatasi diri pada konsumsi yang bersifat pokok dan sederhana. Namun ketika kemakmuran meningkat dan peradaban berkembang, kebutuhan tersebut meluas menjadi kemewahan (<i>al-taraf</i>), yang kemudian dapat mengubah pola hidup masyarakat. Ia menegaskan bahwa meluasnya kemewahan akan merusak karakter, melemahkan daya tahan moral, dan menjadi tanda awal kemunduran suatu peradaban. Dengan demikian, perilaku konsumsi menurut Ibnu Khaldun adalah pola penggunaan harta yang bergerak dari kebutuhan dasar menuju kemewahan, dan yang secara langsung berkaitan dengan kekuatan atau kelemahan moral suatu masyarakat	Ibnu Khaldun, <i>Muqaddimah</i> ¹¹³
Nilai Kesederhanaan (X1)	Ibnu Khaldun memandang kesederhanaan sebagai fondasi kekuatan masyarakat pada tahap awal peradaban. Ia menjelaskan bahwa masyarakat yang hidup dalam kondisi sederhana memiliki daya tahan (<i>'asabiyyah</i>) dan kekuatan moral yang lebih kokoh dibanding masyarakat yang telah terbiasa dengan kemewahan. Ketika kemewahan menyebar luas, tabiat manusia berubah, mereka menjadi lemah, tergantung pada kenikmatan, dan kehilangan ketangguhan. Oleh karena itu, kesederhanaan bukan sekadar pilihan gaya hidup, melainkan prinsip moral yang menjaga stabilitas individu dan keberlangsungan peradaban. Nilai kesederhanaan dalam perspektif Ibnu Khaldun adalah sikap membatasi diri dari	Ibnu Khaldun, <i>Muqaddimah</i> ¹¹⁴

¹¹³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

¹¹⁴ Thoha.

Variabel Penelitian	Definisi Oprasional	Sumber
	kemewahan berlebihan dan tidak menjadikan kenikmatan materi sebagai orientasi utama kehidupan.	
Pertimbangan Maslahat (X2)	Ibnu Khaldun menegaskan bahwa harta dan aktivitas ekonomi merupakan dasar berdirinya peradaban (<i>al-māl wa al-a'māl aṣl al-'umrān</i>). Artinya, setiap aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi, harus menopang keberlangsungan kehidupan sosial dan tidak merusak struktur masyarakat. Ia menekankan bahwa ketika manusia mengabaikan keadilan dan tanggung jawab dalam muamalah, maka <i>kemaslahatan</i> umum akan rusak dan peradaban akan mengalami kemunduran. Dengan demikian, pertimbangan <i>maslahat</i> dalam perspektif Ibnu Khaldun adalah orientasi rasional dan moral dalam aktivitas ekonomi yang menjaga keberlanjutan sosial, stabilitas moral, dan kelangsungan peradaban.	Ibnu Khaldun, <i>Muqaddimah</i> ¹¹⁵
Pengaruh Sosial (X3)	Ibnu Khaldun menyatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial secara fitrah (<i>al-insān madanī bi al-ṭab'</i>), yang tidak dapat hidup tanpa interaksi dengan orang lain. Dalam kehidupan sosial tersebut, manusia memiliki kecenderungan untuk meniru kelompok yang dianggap lebih tinggi kedudukannya, terutama dalam gaya hidup dan pola konsumsi. Ia menjelaskan bahwa kemewahan golongan elite akan ditiru oleh lapisan masyarakat di bawahnya, sehingga pola konsumsi menyebar melalui proses imitasi sosial. Oleh sebab itu, perilaku ekonomi tidak berdiri sendiri sebagai keputusan individual, tetapi terbentuk dalam struktur sosial dan kebiasaan kolektif masyarakat. Pengaruh sosial menurut Ibnu Khaldun adalah kecenderungan manusia untuk menyesuaikan perilakunya, termasuk	Ibnu Khaldun, <i>Muqaddimah</i> ¹¹⁶

¹¹⁵ Thoha.

¹¹⁶ Thoha.

Variabel Penelitian	Definisi Oprasional	Sumber
	dalam konsumsi, dengan lingkungan sosial dan kelompok yang dianggap lebih unggul dalam peradaban.	

E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling penting dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah memperoleh data¹¹⁷. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Teknik pengumpulan Data

a. Kuisioner (Angket)

Kuesioner merupakan penelitian dengan caera mengajukan daftar pertanyaan langsung kepada responder, yaitu peneliti memperoleh data dengan mengirimkan kuesioner kepada secara langsung ataupun melalui perantara¹¹⁸. Skala yang digunakan adalah skala likert. Dengan menggunakan skala likert, maka variable yang akan diukur, dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variable kemudian sub variable dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur, akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden¹¹⁹.

Adapun skala yang digunakan peneliti dalam instrument ini berskala Ordinal dan Likert. Skala ordinal adalah skala yang mengandung pengertian tingkatan. Walaupun sama-sama bertipe facto, skala ini disebut-sebut lebih tinggi daripada skala nominal. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek

¹¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

¹¹⁸ Sugiyono.

¹¹⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

atau fenomena tertentu.¹²⁰ Data diolah dengan menggunakan skala likert dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-4. Nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden, dimana nilai yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :¹²¹

Tingkat Jawaban Pertanyaan

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	4
2	S = Setuju	3
3	TS = Tidak Setuju	2
4	STS = Sangat Tidak Setuju	1

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau kepada responden. Karena penulis melakukan pengamatan langsung pada objek yaitu Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data pokok yang diperoleh dari lapangan secara langsung. Data ini diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yaitu Universitas Darussalam Gontor, melalui penyebaran kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden.

3. Teknik Sampling

Dasar pemilihan sampel ini menggunakan *probability sampling* yaitu memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *Probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*¹²².

¹²⁰ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Akrasa, 2014), hal 138.

¹²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal 104.

¹²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen ini sangat penting karena kualitas data yang diperoleh sangat bergantung pada keandalan dan validitas instrumen yang digunakan¹²³. Adapun data yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 3 Instrumen Pengumpulan Data

No	Variabel	Indikator
1	Perilaku konsumsi (Y)	1. Memilih produk halal, menghindari Produk Non halal. 2. Proporsi belanja untuk kebutuhan pokok dibandingkan belanja mewah. 3. Konsumsi mendukung kesehatan, pendidikan, keberlangsungan hidup, bukan sekadar gaya hidup. 4. Adanya pengeluaran untuk zakat, infak, sedekah, wakaf, serta berbagi kepada sesama. 5. Kemampuan menunda pembelian barang sekunder/tersier jika tidak perlu.
2	Nilai Kesederhanaan (X1)	1. Sikap puas dengan apa yang dimiliki 2. Kecenderungan hidup hemat dan tidak boros 3. Tidak tergoda oleh gaya hidup mewah 4. Kepuasan terhadap barang yang sederhana 5. Kemampuan menyesuaikan diri dengan kondisi ekonomi pribadi
3	Pertimbangan Maslahat (X2)	1. Memilih konsumsi yang mendukung pendidikan dan pengembangan diri 2. Menghindari pembelian barang atau jasa yang tidak bermanfaat 3. Memperhitungkan efek jangka panjang dari konsumsi 4. Mengutamakan kualitas dan fungsi daripada gengsi atau merek 5. Menjadikan konsumsi sebagai sarana pencapaian tujuan hidup yang produktif
4	Pengaruh Sosial (X3)	1. Mempertimbangkan norma dan nilai lingkungan sebelum melakukan konsumsi 2. Terpengaruh oleh teman sebaya dalam memilih konsumsi yang bermanfaat 3. Menjadikan lingkungan sosial sebagai pengontrol perilaku konsumsi 4. Mengikuti gaya hidup sosial yang sederhana dan tidak berlebihan

¹²³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

No	Variabel	Indikator
		5. Mendapatkan dorongan sosial untuk menghindari konsumsi yang bersifat pamer dan tidak perlu

F. Teknik Validitas & Reliabilitas

Validitas adalah sejauh mana elemen-elemen dalam suatu instrumen ukur benar-benar relevan dan merupakan representasi dari konstruk yang sesuai dengan tujuan pengukuran¹²⁴. Validitas isi menilai kelayakan suatu tes sebagai sampel dari domain item yang hendak diukur. Dengan kata lain, ini menunjukkan seberapa baik item-item dalam tes mencakup seluruh aspek dari konstruk yang diukur. Dalam konsep validitas isi, tercakup dua jenis validitas lainnya, yaitu validitas tampak (*face validity*) dan validitas logis (*logical validity*). Validitas tampak merujuk pada sejauh mana instrumen pengukuran tampak secara langsung relevan dan sesuai dengan apa yang hendak diukur, berdasarkan penilaian subjektif. Uji reliabilitas bertujuan memastikan instrumen penelitian konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti. Alat dianggap dapat diandalkan jika menghasilkan hasil yang hampir sama ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi instrumen penelitian digunakan metode Cronbach's Alpha. Nilai Alpha yang mencapai 0,70 atau lebih menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya atau reliabel¹²⁵.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif untuk menganalisis data guna apakah terdapat pengaruh antara variabel inovasi produk, kualitas pelayanan, daya saing, dan citra merek. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak komputer IBM SPSS Statistics 26 menggunakan teknik-teknik berikut:

¹²⁴ Helli Ihsan, "Validitas Isi Alat Ukur Penelitian: Konsep Dan Panduan Penilaiannya," *Pedagogia Jurnal Ilmu Pendidikan* 13, no. 3 (2015): 173.

¹²⁵ Ihsan.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah skor setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, analisis data dilakukan menggunakan statistika parametrik. Sebaliknya jika data tidak berdistribusi normal, analisis data dilakukan menggunakan statistika nonparametrik¹²⁶. Untuk mempercepat perhitungan, penulis menggunakan software SPSS 26.0 for Windows. Selanjutnya, untuk menguji apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak, dilakukan dengan membandingkan probabilitas hasil perhitungan. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05, berarti distribusi data normal. Namun, jika probabilitas kurang dari 0,05, berarti distribusi data tidak normal. Uji asumsi normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov¹²⁷.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika terdapat fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua variabel independen dalam fungsi linear tersebut¹²⁸. Indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji Glejser

¹²⁶ Mutmainah Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*, ed. Hartirini Warnaningtyas, *EJurnal Al Musthafa*, Yusuf Deni, vol. 3 (Lakeisha, 2023), <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>.

¹²⁷ gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42, <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.

¹²⁸ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas¹²⁹.

2. Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X). Hubungan ini dijelaskan melalui model regresi linier berganda yang umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan garis lurus yang melibatkan beberapa variabel bebas¹³⁰. Rumus umum untuk model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_i$$

Dimana:

1. Y adalah variabel terikat (response variable).
2. X_1, X_2, X_k adalah variabel bebas (independent variables).
3. β_0 adalah intercept, yaitu titik di mana garis regresi memotong sumbu Y ketika semua variabel bebas bernilai nol.
4. $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ adalah koefisien regresi, yang menunjukkan seberapa besar perubahan rata-rata dalam variabel terikat yang diharapkan ketika variabel bebas berubah satu satuan, dengan mengontrol variabel bebas lainnya.
5. ε adalah residual, yaitu selisih antara nilai observasi sebenarnya dan nilai yang diprediksi oleh model.

Analisis regresi linier berganda melibatkan estimasi parameter $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ berdasarkan data yang diamati. Ini juga biasanya dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (ordinary least squares method) untuk

¹²⁹ Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda."

¹³⁰ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

menemukan garis regresi terbaik yang sesuai dengan data yang diamati. Setelah estimasi parameter diperoleh, model regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas yang baru, serta untuk mengevaluasi seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan mengidentifikasi apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik¹³¹.

3. Uji Ketetapan Model

a. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis tentang koefisien regresi individu dalam model regresi linier. Dalam penelitian ini, uji t dapat membantu menentukan apakah masing-masing variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Uji t dalam regresi linier digunakan untuk menentukan apakah koefisien regresi variabel independen signifikan secara statistik dalam memprediksi variabel dependen. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung (t_{hitung}) dengan nilai t tabel (t_{tabel}) pada tingkat signifikansi tertentu, biasanya 0,05.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan atau Uji F digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang dibuat secara keseluruhan signifikan, yaitu apakah variabel independen (dalam hal ini Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Masalah, Pengaruh Sosial) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumsi) dengan motivasi karyawan sebagai variabel intervening¹³².

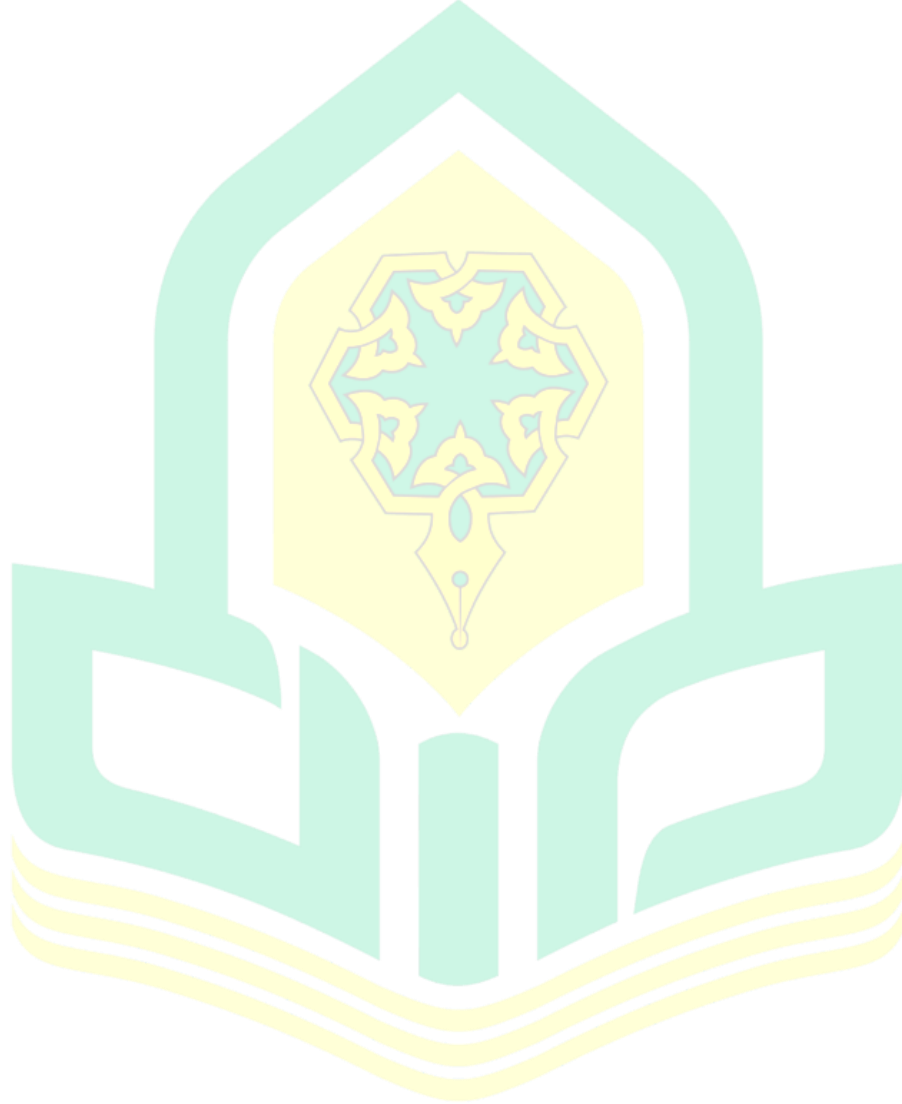
c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah statistik yang memberikan ukuran seberapa baik data sebenarnya sesuai dengan model yang diprediksi oleh regresi linier. R^2 menunjukkan proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2

¹³¹ MM H. Miftachul 'Ulum. *statistika*, 2018.

¹³² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model tersebut lebih baik dalam menjelaskan variabilitas data¹³³.



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO**

¹³³ Sugiyono.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian, baik yang berkaitan dengan responden maupun variabel penelitian. Analisis ini meliputi distribusi responden berdasarkan karakteristik tertentu serta kecenderungan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti. Statistik deskriptif disajikan dalam bentuk nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi, serta distribusi frekuensi dan persentase¹³⁴.

1. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Semester

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang Telah di sebarakan kepada mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, maka diperoleh data berdasarkan Semester sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Semester

Semester	Jumlah	Presentasi
2	114	36%
4	74	23%
6	64	20%
8	55	17%
10	4	1%
12	8	2%
14	2	1%
Total	321	100%

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai tingkat semester. Mayoritas responden berada pada semester 2, yaitu sebanyak 114 orang atau sebesar 36%. Hal ini menunjukkan

¹³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa pada tahap awal perkuliahan.

Selanjutnya, responden pada semester 4 berjumlah 74 orang atau sebesar 23%, diikuti oleh responden pada semester 6 sebanyak 64 orang atau sebesar 20%. Responden pada semester 8 berjumlah 55 orang atau sebesar 17%, sedangkan responden pada semester 10, 12, dan 14 masing-masing berjumlah 4 orang (1%), 8 orang (2%), dan 2 orang (1%). Secara keseluruhan, sebaran responden berdasarkan semester menunjukkan variasi tingkat pengalaman akademik yang cukup beragam.

2. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah di sebarakan kepada mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, maka diperoleh data berdasarkan program studi sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Program Studi

Program Studi	Jumlah	Presentasi
AFI	18	6%
AGRO	15	5%
EI	21	7%
HES	18	6%
HI	21	7%
ILKOM	12	4%
IQT	30	9%
KKK	39	12%
MB	23	7%
PAI	17	5%
Pasca Sarjana	13	4%
PBA	20	6%
PM	12	4%
SAA	12	4%
TBI	6	2%
TI	30	9%
TIP	14	4%
Total	321	100%

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai program studi. Sebaran responden berdasarkan program studi menunjukkan bahwa partisipasi responden cukup merata dan berasal dari latar belakang akademik yang beragam.

Program studi dengan jumlah responden terbanyak adalah KKK sebanyak 39 orang atau sebesar 12%. Selanjutnya diikuti oleh program studi IQT dan Teknik Informatika yang masing-masing berjumlah 30 orang atau sebesar 9%. Program studi lainnya seperti EI dan HI masing-masing menyumbang 7% responden, sedangkan program studi dengan jumlah responden paling sedikit adalah TBI sebanyak 6 orang atau sebesar 2%. Secara keseluruhan, distribusi responden berdasarkan program studi mencerminkan keberagaman latar belakang akademik dalam penelitian ini.

3. Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang Telah di sebarikan kepada mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, maka diperoleh data berdasarkan Uang Saku perbulan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Uang Saku

Uang Saku	Jumlah	Presentasi
<Rp.5000.000	77	24%
>Rp.1.500.000	44	14%
Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000	53	17%
Rp.500.000 - Rp.1.000.000	147	46%
Total	321	100%

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Distribusi responden berdasarkan Uang Saku menunjukkan variasi kondisi ekonomi responden. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, mayoritas responden memiliki Uang Saku pada kisaran Rp500.000–Rp1.000.000, yaitu sebanyak 147 orang atau sebesar 46%. Selanjutnya, responden dengan Uang Saku kurang dari Rp500.000 berjumlah 77 orang atau sebesar 24%. Responden dengan Uang Saku Rp1.000.000–Rp1.500.000

berjumlah 53 orang atau sebesar 17%, sedangkan responden dengan Uang Saku di atas Rp1.500.000 berjumlah 44 orang atau sebesar 14%. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok pendapatan menengah ke bawah.

4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan Hasil Kuesioner yang Telah di sebarakan kepada mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, maka diperoleh data berdasarkan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumsi	321	10	40	31.81	6.203
Nilai Kesederhanaan	321	10	40	31.92	6.414
Pertimbangan Maslahat	321	10	40	31.60	6.704
Pengaruh Sosial	321	10	40	31.59	6.306
Valid N (listwise)	321				

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Statistik deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti, meliputi nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, pengaruh sosial, dan perilaku konsumsi. Hasil statistik deskriptif variabel disajikan berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi. Berdasarkan hasil analisis, variabel perilaku konsumsi memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 31,81 dengan standar deviasi sebesar 6,203. Nilai minimum sebesar 10 dan maksimum sebesar 40 menunjukkan adanya variasi perilaku konsumsi di antara responden, meskipun secara umum kecenderungan perilaku konsumsi berada pada kategori cukup tinggi. Variabel nilai kesederhanaan memiliki nilai mean sebesar 31,92 dengan standar deviasi sebesar 6,414. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat kesederhanaan yang relatif baik dalam perilaku konsumsi. Standar deviasi yang tidak terlalu besar mengindikasikan bahwa jawaban responden cenderung relatif homogen.

Selanjutnya, variabel pertimbangan *maslahat* memiliki nilai mean sebesar 31,60 dengan standar deviasi sebesar 6,704. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung mempertimbangkan aspek kemanfaatan dalam mengambil keputusan konsumsi, meskipun terdapat variasi tingkat pertimbangan *maslahat* antar responden. Variabel pengaruh sosial memiliki nilai mean sebesar 31,59 dengan standar deviasi sebesar 6,306. Nilai ini menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial, seperti teman sebaya dan lingkungan sekitar, memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumsi responden, meskipun tingkat pengaruhnya bervariasi.

B. Statistik Inferensial

1. Teknik Validitas & Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik setiap pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut mampu mengukur konsep atau variabel yang sedang diteliti. Pengujian validitas bertujuan memastikan bahwa setiap soal dalam kuesioner tepat dan sesuai dengan konsep teori yang mendasari variabel dalam penelitian tersebut¹³⁵. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (*r* hitung) dari setiap butir soal dengan nilai *r* tabel yang ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi yang dipilih. Item pernyataan dianggap sah jika nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel¹³⁶.

Tabel 4. 5Tabel Validitas Variabel

ITEM	N	R hitung	R tabel	Keterangan
Q1	321	.740	0.1095	VALID
Q2	321	.562	0.1095	VALID
Q3	321	.723	0.1095	VALID
Q4	321	.771	0.1095	VALID
Q5	321	.719	0.1095	VALID
Q6	321	.679	0.1095	VALID
Q7	321	.764	0.1095	VALID
Q8	321	.747	0.1095	VALID

¹³⁵ Sugiyono.

¹³⁶ Mintarti Indartini, Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda.

Q9	321	.751	0.1095	VALID
Q10	321	.745	0.1095	VALID
Q11	321	.659	0.1095	VALID
Q12	321	.707	0.1095	VALID
Q13	321	.745	0.1095	VALID
Q14	321	.762	0.1095	VALID
Q15	321	.713	0.1095	VALID
Q16	321	.791	0.1095	VALID
Q17	321	.765	0.1095	VALID
Q18	321	.777	0.1095	VALID
Q19	321	.761	0.1095	VALID
Q20	321	.783	0.1095	VALID
Q21	321	.694	0.1095	VALID
Q22	321	.789	0.1095	VALID
Q23	321	.781	0.1095	VALID
Q24	321	.786	0.1095	VALID
Q25	321	.754	0.1095	VALID
Q26	321	.760	0.1095	VALID
Q27	321	.808	0.1095	VALID
Q28	321	.779	0.1095	VALID
Q29	321	.781	0.1095	VALID
Q30	321	.782	0.1095	VALID
Q31	321	.664	0.1095	VALID
Q32	321	.720	0.1095	VALID
Q33	321	.714	0.1095	VALID
Q34	321	.755	0.1095	VALID
Q35	321	.743	0.1095	VALID
Q36	321	.777	0.1095	VALID
Q37	321	.755	0.1095	VALID
Q38	321	.762	0.1095	VALID
Q39	321	.738	0.1095	VALID
Q40	321	.766	0.1095	VALID

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel pada taraf signifikansi yang ditentukan. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan dalam pengumpulan data dan analisis lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan memastikan instrumen penelitian konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti¹³⁷. Alat dianggap dapat diandalkan jika menghasilkan hasil yang hampir sama ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi instrumen penelitian digunakan metode Cronbach's Alpha. Nilai Alpha yang mencapai 0,70 atau lebih menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya atau reliabel¹³⁸.

Tabel 4. 6 Tabel Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Perilaku Konsumsi (Y)	.897	Reliabel
2	Nilai Kesederhanaan (X1)	.912	Reliabel
3	Petimbangan Maslahat (X2)	.924	Reliabel
4	Pengaruh Sosial (X3)	.908	Reliabel

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan reliabel¹³⁹. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya.

2. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam regresi linear bertujuan untuk menguji apakah residual model berdistribusi normal atau tidak. Dalam analisis regresi, yang diuji normalitasnya bukan masing-masing variabel

¹³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

¹³⁸ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

¹³⁹ Mintarti Indartini.

penelitian, melainkan distribusi residual dari model regresi¹⁴⁰. Model regresi yang baik mensyaratkan bahwa residual terdistribusi normal, khususnya untuk keperluan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Perilaku Konsumsi	.189	321	.000	.898	321	.000
Nilai Kesederhanaan	.222	321	.000	.886	321	.000
Pertimbangan Masalah	.190	321	.000	.897	321	.000
Pengaruh Sosial	.185	321	.000	.905	321	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: data primer diolah spss, 2026

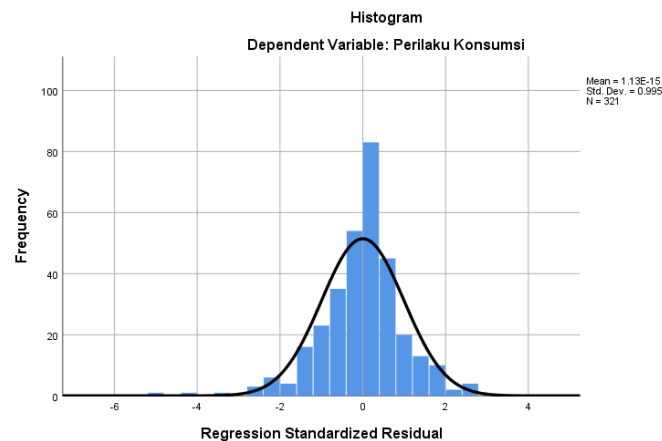
Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov dengan koreksi Lilliefors dan Shapiro–Wilk, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 pada seluruh variabel. Secara statistik, nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Namun demikian, pada ukuran sampel yang besar, uji normalitas seperti Kolmogorov–Smirnov dan Shapiro–Wilk cenderung sangat sensitif terhadap penyimpangan kecil dari distribusi normal¹⁴¹. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebesar 321 responden termasuk kategori besar, sehingga kemungkinan besar signifikansi 0,000 dipengaruhi oleh sensitivitas uji tersebut.

KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

¹⁴⁰ Mardiatmoko, “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.”

¹⁴¹ Asghar Ghasemi and Saleh Zahediasl, “Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians Asghar,” *International Journal of Endocrinology & Metabolism* 10, no. 2 (2012): 486–89, <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>.

Gambar 4. 1 Histogram



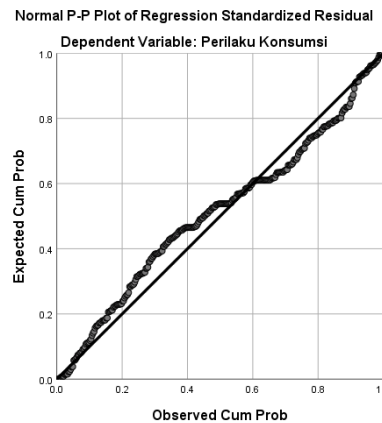
Sumber: data primer diolah spss, 2026

Untuk melengkapi pengujian statistik formal, dilakukan pula analisis visual melalui histogram residual terstandarisasi. Berdasarkan grafik histogram, distribusi residual membentuk pola menyerupai kurva normal (*bell-shaped curve*) dengan pusat distribusi berada di sekitar nilai nol. Sebaran data pada sisi kiri dan kanan relatif seimbang, meskipun terdapat sedikit kemiringan pada bagian ekor. Namun demikian, kemiringan tersebut tidak bersifat ekstrem dan masih dalam batas kewajaran untuk data penelitian sosial berbasis skala Likert¹⁴².

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

¹⁴² Mohammad Rafiqul Islam, "Sample Size and Its Role in Central Limit Theorem (CLT)," *International Journal of Physics & Mathematics* 1 (2018): 37–46.

Gambar 4. 2 Normal P-P Plot



Sumber: data primer diolah spss, 2026

Selanjutnya, hasil *Normal Probability Plot (P-P Plot)* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan sebagian besar mengikuti arah garis tersebut. Penyimpangan kecil terlihat pada bagian awal dan akhir distribusi, namun tidak membentuk pola sistematis yang menyimpang secara signifikan dari garis diagonal. Pemeriksaan visual melalui *P-P Plot* merupakan salah satu metode yang direkomendasikan dalam mengevaluasi normalitas residual¹⁴³. Selain itu, dalam regresi linear klasik, asumsi normalitas terutama diperlukan pada sampel kecil. Pada sampel besar, distribusi estimasi parameter akan mendekati normal berdasarkan prinsip *Central Limit Theorem*¹⁴⁴. Dengan demikian, meskipun uji statistik formal menunjukkan signifikansi kurang dari 0,05, berdasarkan analisis visual dan pertimbangan ukuran sampel, model regresi dalam penelitian ini tetap memenuhi asumsi normalitas residual.

¹⁴³ Jason W Osborne and Elaine Waters, "Four Assumptions Of Multiple Regression That Researchers Should Always Test," *Practical Assessment, Research & Evaluation* 8, no. 2 (2002): 1–5.

¹⁴⁴ Gujarati Damodar N, *Basic Econometrics*, 5th ed, ed. Anne E. Hilbert, Noelle Fox (new york: mcgraw-hill, 2009).

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)¹⁴⁵.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.302	.825		4.004	.000		
	Nilai Kesederhanaan	.413	.059	.427	7.031	.000	.170	5.896
	Pertimbangan Masalahat	.252	.061	.272	4.125	.000	.143	6.986
	Pengaruh Sosial	.234	.049	.237	4.723	.000	.247	4.046

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Secara rinci, nilai tolerance masing-masing variabel berada pada kisaran 0,143 hingga 0,247, sedangkan nilai VIF berada pada kisaran 4,046 hingga 6,986. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi¹⁴⁶.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengecek apakah terdapat perbedaan varians residual dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji

¹⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

¹⁴⁶ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menguji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut dari residual terhadap variabel independen.¹⁴⁷.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.128	.562		7.342	.000
	Nilai Kesederhanaan	-.032	.040	-.107	-.805	.421
	Pertimbangan Masalah	.031	.042	.106	.733	.464
	Pengaruh Sosial	-.066	.034	-.217	-1.967	.050

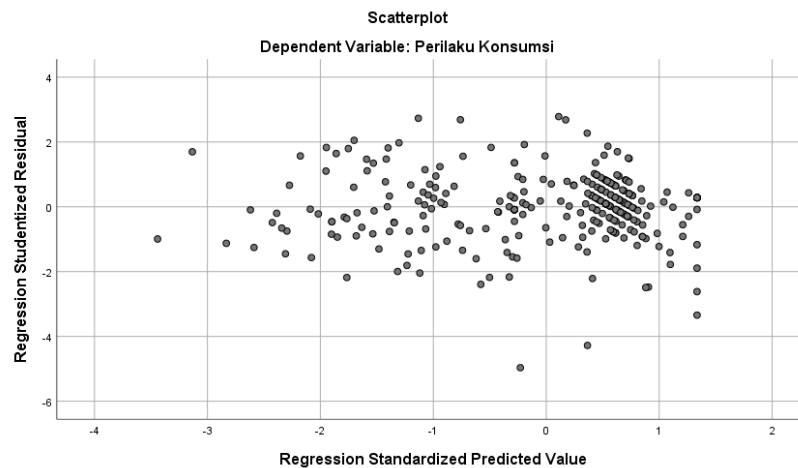
Sumber: data primer diolah spss, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Nilai Kesederhanaan sebesar 0,421 dan Pertimbangan Masalah sebesar 0,464, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Sementara itu, variabel Pengaruh Sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,050, yang berada tepat pada batas signifikansi 5% namun tidak lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi klasik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

¹⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer diolah spss, 2026

berdasarkan uji Glejser dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Temuan ini juga diperkuat oleh hasil scatterplot antara nilai prediksi terstandarisasi ($ZPRED$) dan residual terstandarisasi ($ZRESID$) yang menunjukkan pola penyebaran acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dalam regresi linear klasik, penyebaran residual yang acak menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas)¹⁴⁸. Oleh karena itu, asumsi homoskedastisitas dalam model regresi telah terpenuhi dan model layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

3. Uji Hipotesis dan Interpretasi

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X). Hubungan ini dijelaskan melalui model regresi linier berganda yang umumnya dinyatakan dalam bentuk

¹⁴⁸ Damodar N, *Basic Econometrics*, 5th Ed.

persamaan garis lurus yang melibatkan beberapa variabel bebas¹⁴⁹. Rumus umum untuk model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.302 + 0.413X_1 + 0.252X_2 + 0.234X_3 + \varepsilon_i$$

Dimana:

1. Y adalah variabel terikat (dependen variable), yaitu perilaku konsumsi mahasiswa universitas darussalam gontor
2. X1, X2, X3 adalah variabel bebas (independent variables), yang terdiri dari nilai kesederhanaan (X1), pertimbangan *maslahat* (X2), dan pengaruh sosial (X3).
3. β_0 adalah konstanta (intercept), yaitu nilai perilaku konsumsi ketika seluruh variabel independen bernilai nol.
4. $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ adalah koefisien regresi, yang menunjukkan seberapa besar perubahan rata-rata dalam variabel perilaku konsumsi akibat perubahan satu satuan pada masing-masing variabel independen, dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan
5. ε adalah residual, yaitu selisih antara nilai observasi sebenarnya dan nilai yang diprediksi oleh model.

Analisis regresi linier berganda melibatkan estimasi parameter $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ berdasarkan data yang diamati. Ini juga biasanya dilakukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*ordinary least squares method*) untuk menemukan garis regresi terbaik yang sesuai dengan data yang diamati. Setelah estimasi parameter diperoleh, model regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas yang baru, serta untuk mengevaluasi seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan mengidentifikasi apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik¹⁵⁰.

¹⁴⁹ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

¹⁵⁰ MM H. Miftachul 'Ulum. *statistika*, 2018.

b. Uji T (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis tentang koefisien regresi individu dalam model regresi linier. Dalam penelitian ini, uji t dapat membantu menentukan apakah masing-masing variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Uji t dalam regresi linier digunakan untuk menentukan apakah koefisien regresi variabel independen signifikan secara statistik dalam memprediksi variabel dependen¹⁵¹. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung (*t*hitung) dengan nilai t tabel (*t* tabel) pada tingkat signifikansi tertentu, biasanya 0,05.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.302	.825		4.004	.000
	Nilai Kesederhanaan	.413	.059	.427	7.031	.000
	Pertimbangan Maslahat	.252	.061	.272	4.125	.000
	Pengaruh Sosial	.234	.049	.237	4.723	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen¹⁵².

¹⁵¹ sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*.

¹⁵² mintarti indartini, *analisis data kuantitatif uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi dan regresi linier berganda*.

c. Uji F (simultan)

Uji signifikansi simultan atau Uji F digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang dibuat secara keseluruhan signifikan, yaitu apakah variabel independen (dalam hal ini Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Masalah, Pengaruh Sosial) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumsi)¹⁵³.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9875.222	3	3291.741	428.326	.000 ^b
	Residual	2436.187	317	7.685		
	Total	12311.408	320			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Sosial, Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Masalah

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar 428,326 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen¹⁵⁴.

d. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah statistik yang memberikan ukuran seberapa baik data sebenarnya sesuai dengan model yang diprediksi oleh regresi linier. R^2 menunjukkan proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi

¹⁵³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

¹⁵⁴ Mintarti Indartini, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

menunjukkan bahwa model tersebut lebih baik dalam menjelaskan variabilitas data¹⁵⁵.

Tabel 4. 12 Koefesiensi Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.802	.800	2.772

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Sosial, Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Masalah

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: data primer diolah spss, 2026

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Model regresi dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel independen dan satu variabel dependen¹⁵⁶. Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,800, yang menunjukkan bahwa sebesar 80% variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan sisanya sebesar 20% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian¹⁵⁷.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Nilai Kesederhanaan (X1) terhadap Perilaku Konsumsi (Y)

Berdasarkan hasil pengujian instrumen penelitian, seluruh item pada variabel Nilai Kesederhanaan dan Perilaku Konsumsi dinyatakan valid sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.5, di mana nilai r hitung masing-masing indikator lebih besar daripada r tabel serta signifikan pada taraf 5 persen. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6 juga menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Selanjutnya, hasil pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi

¹⁵⁵ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian.

¹⁵⁶ Mintarti Indartini, Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda.

¹⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

yang digunakan telah memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai *t* hitung sebesar 7,031 yang lebih besar daripada *t* tabel sebesar 1,967, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Nilai Kesederhanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kesederhanaan yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin baik pula perilaku konsumsi yang ditunjukkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fisnu Anggara Fitrianta dalam penelitian berjudul *Hubungan Qana'ah dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Rantau*, yang menyimpulkan bahwa sikap *qana'ah* atau kesederhanaan berperan dalam menekan perilaku konsumtif dan mendorong pola konsumsi yang lebih terkontrol¹⁵⁸. Secara teoretis, hasil ini juga selaras dengan pemikiran Ibnu Khaldun dalam *al-Muqaddimah* yang menegaskan bahwa kemewahan berlebihan akan melemahkan struktur moral masyarakat, sedangkan kesederhanaan (*qanā'ah*) menjadi fondasi ketahanan sosial dan ekonomi. Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa ketika manusia terbiasa hidup sederhana, maka kebutuhan akan tetap berada dalam batas kewajaran, sehingga aktivitas ekonomi berjalan secara proporsional dan tidak melahirkan kerusakan sosial¹⁵⁹.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai moral yang dimiliki individu dalam mengendalikan aktivitas konsumsi. Nilai kesederhanaan dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri yang mendorong individu untuk menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan, sehingga berperan penting dalam membentuk pola konsumsi yang lebih terkontrol. Temuan ini memperkuat relevansi pemikiran Ibnu Khaldun

¹⁵⁸ fisnu Anggara Fitrianta And Ayatullah Kutub Hardew, "Hubungan Qana ' Ah Dengan Perilaku Konsumtif," n.d., 119–31.

¹⁵⁹ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

yang menekankan pentingnya kesederhanaan dalam menjaga keseimbangan kehidupan ekonomi masyarakat. Namun demikian, pengaruh positif yang ditemukan dalam model regresi tidak serta-merta menggambarkan kondisi absolut perilaku konsumsi mahasiswa, melainkan menunjukkan arah hubungan bahwa peningkatan nilai kesederhanaan akan mendorong perbaikan perilaku konsumsi. Dengan demikian, nilai kesederhanaan dapat dipahami sebagai salah satu faktor penting yang membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, meskipun dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan antara nilai ideal dan realitas empiris.

2. Pengaruh Pertimbangan *Maslahat* (X2) terhadap Perilaku Konsumsi (Y)

Hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Pertimbangan *Maslahat* dinyatakan valid dan reliabel. Hal ini dibuktikan melalui uji validitas pada Tabel 4.5 yang menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5 persen, serta uji reliabilitas pada Tabel 4.6 yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Selain itu, hasil pengujian asumsi klasik juga menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan dalam analisis. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 4,125 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,967, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa Pertimbangan *Maslahat* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat pertimbangan *maslahat* yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin baik pula perilaku konsumsi yang mereka lakukan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Aldila Septiana dalam Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam yang menyatakan bahwa konsumsi dalam perspektif Islam harus didasarkan pada pertimbangan manfaat dan *kemaslahatan*, bukan sekadar pemenuhan keinginan. Individu yang mempertimbangkan *maslahat* dalam keputusan konsumsinya cenderung

memilih barang dan jasa yang memiliki nilai guna nyata serta berdampak positif dalam jangka panjang¹⁶⁰. Hal ini menunjukkan bahwa rasionalitas dalam ekonomi Islam bukan sekadar rasionalitas utilitarian, tetapi rasionalitas normatif yang mempertimbangkan dimensi moral dan sosial. Dalam kerangka teori Ibnu Khaldun, aktivitas ekonomi tidak terlepas dari tujuan *kemaslahatan* sosial. Ibnu Khaldun menekankan bahwa produksi dan konsumsi merupakan bagian dari dinamika peradaban (*'umrān*), dan keberlanjutannya bergantung pada keseimbangan antara kebutuhan dan kemanfaatan. Konsumsi yang melampaui *maslahat* akan mendorong kemewahan berlebihan yang berujung pada kemunduran sosial¹⁶¹.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan individu, tetapi juga oleh pertimbangan manfaat yang diperoleh dari aktivitas konsumsi tersebut. Pertimbangan *maslahat* dapat membantu individu dalam menentukan prioritas kebutuhan serta menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan, sehingga mendorong terbentuknya pola konsumsi yang lebih rasional dan berorientasi jangka panjang. Temuan ini memperkuat pandangan Ibnu Khaldun bahwa keseimbangan antara kebutuhan dan kemanfaatan merupakan prinsip penting dalam menjaga keberlanjutan aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat mahasiswa yang belum sepenuhnya menjadikan pertimbangan *maslahat* sebagai dasar utama dalam konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa rasionalitas normatif dalam ekonomi Islam belum sepenuhnya terimplementasi secara optimal, sehingga perilaku konsumsi yang terjadi masih dipengaruhi oleh faktor lain seperti keinginan, gaya hidup, dan dorongan emosional. Dengan demikian, pengaruh positif dalam model regresi tidak serta-merta mencerminkan kondisi absolut, melainkan menunjukkan bahwa peningkatan pertimbangan *maslahat* akan mendorong perbaikan perilaku konsumsi mahasiswa.

¹⁶⁰ aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," *Dinar* 2, no. Januari (2015): 18.

¹⁶¹ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

3. Pengaruh Sosial (X3) terhadap Perilaku Konsumsi (Y)

Instrumen penelitian pada variabel Pengaruh Sosial dinyatakan valid dan reliabel, serta model regresi yang digunakan telah memenuhi seluruh asumsi klasik yang dipersyaratkan. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 4,723 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,967, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor. Dengan kata lain, semakin kuat pengaruh lingkungan sosial yang diterima oleh mahasiswa, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap pembentukan perilaku konsumsi mereka. Selain itu, hasil uji F pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan *Maslahat*, dan Pengaruh Sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi perilaku konsumsi mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mutiara Iriani yang menyatakan bahwa lingkungan sosial dan teman sebaya memiliki kontribusi signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa, khususnya dalam pembentukan gaya hidup dan preferensi terhadap tren tertentu. Lingkungan sosial membentuk standar konsumsi melalui mekanisme imitasi, konformitas, serta dorongan untuk diterima dalam kelompok sosial¹⁶². Dengan demikian, perilaku konsumsi tidak hanya bersumber dari faktor internal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh struktur sosial di sekitarnya. Dalam perspektif Ibnu Khaldun, manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa interaksi (*'al-insān madanī bi al-ṭab'*). Pola hidup suatu kelompok akan

¹⁶² Mutiara Iriani, Riyo Riyadi, and Noor Ellyawati, "The Influence of Peer Conformity and Pocket Money on Students' Lifestyle in Higher Education" 6, no. 1 (2025): 88–97.

membentuk kebiasaan kolektif, termasuk dalam aspek konsumsi. Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa ketika suatu masyarakat cenderung pada kemewahan, maka individu-individu di dalamnya akan terdorong mengikuti pola tersebut¹⁶³.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga oleh dinamika lingkungan sosial tempat mereka berinteraksi. Lingkungan sosial dapat membentuk kebiasaan konsumsi melalui proses interaksi dan adaptasi terhadap norma yang berkembang dalam kelompok masyarakat, sehingga mendorong individu untuk menyesuaikan perilakunya dengan standar sosial yang berlaku. Temuan ini memperkuat relevansi pemikiran Ibnu Khaldun yang menekankan bahwa perilaku ekonomi individu sangat dipengaruhi oleh struktur sosial yang berkembang dalam masyarakat. Pengaruh sosial yang signifikan juga menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki nilai kesederhanaan dan pertimbangan maslahat, tekanan lingkungan tetap memiliki kekuatan dalam membentuk perilaku konsumsi. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai internal individu seringkali berhadapan dengan realitas sosial yang cenderung konsumtif, sehingga perilaku konsumsi yang terbentuk merupakan hasil kompromi antara nilai pribadi dan tuntutan lingkungan. Dengan demikian, pengaruh positif dalam model regresi tidak serta-merta mencerminkan kondisi absolut perilaku konsumsi mahasiswa, melainkan menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh sosial yang diterima, maka semakin besar perannya dalam membentuk perilaku konsumsi, baik ke arah yang lebih rasional maupun konsumtif tergantung pada karakter lingkungan tersebut.

4. Pengaruh Nilai Kesederhanaan, Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumsi (Y)

Hasil uji simultan (uji F) pada tabel 4.11 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_4 diterima. Artinya, Nilai Kesederhanaan,

¹⁶³ Thoha, *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*.

Pertimbangan Maslahat, dan Pengaruh Sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel mampu menjelaskan variasi perilaku konsumsi dalam proporsi yang substansial, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh interaksi antara nilai internal, pertimbangan rasional, dan tekanan sosial.

Secara teoretis, hasil ini merupakan konfirmasi empiris terhadap bangunan pemikiran Ibnu Khaldun yang menekankan keseimbangan antara dimensi moral (kesederhanaan), dimensi rasional (*kemaslahatan*), dan dimensi sosial (lingkungan *'umrān*). Dalam kerangka tersebut, perilaku konsumsi Islami terbentuk ketika individu mampu menjaga keseimbangan antara pengendalian diri, pertimbangan manfaat, dan adaptasi sosial yang proporsional¹⁶⁴. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi empiris, tetapi juga memperkuat relevansi teori Ibnu Khaldun sebagai landasan konseptual dalam memahami perilaku konsumsi dalam konteks ekonomi Islam kontemporer.

Meskipun ketiga variabel dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan, hasil penelitian juga mengindikasikan adanya keterbatasan dalam implementasi nilai-nilai tersebut dalam kehidupan nyata mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh pemahaman nilai, tetapi juga oleh tingkat internalisasi dan konsistensi individu dalam menerapkan nilai tersebut di tengah tekanan sosial dan perkembangan gaya hidup modern. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori Ibnu Khaldun, tetapi juga mengungkap adanya kesenjangan antara konsep ideal dan realitas empiris dalam perilaku konsumsi mahasiswa.

¹⁶⁴ Thoha.



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO**

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor dipengaruhi secara signifikan oleh nilai kesederhanaan, pertimbangan maslahat, dan pengaruh sosial, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh nilai moral dan lingkungan sosial yang membentuk preferensi individu dalam pengambilan keputusan konsumsi.

1. Nilai kesederhanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, dengan nilai koefisien sebesar 0,413 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi internalisasi nilai *qana'ah*, pengendalian diri, serta sikap hidup sederhana, maka semakin baik perilaku konsumsi yang ditunjukkan. Temuan ini sejalan dengan pemikiran Ibnu Khaldun yang menempatkan kesederhanaan sebagai fondasi moral dalam mencegah perilaku konsumsi berlebihan.
2. Pertimbangan *Maslahat* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, dengan nilai koefisien sebesar 0,252 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin kuat orientasi pada manfaat, baik jangka pendek maupun jangka panjang, maka semakin rasional dan bijak perilaku konsumsi yang dilakukan. Hasil ini menguatkan pandangan Ibnu Khaldun bahwa konsumsi ideal harus mempertimbangkan kemanfaatan yang berkelanjutan bagi individu dan masyarakat.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, dengan nilai koefisien sebesar 0,234 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi melalui proses interaksi dan adaptasi terhadap

norma kelompok. Temuan ini sejalan dengan konsep Ibnu Khaldun mengenai manusia sebagai makhluk sosial yang perilakunya dipengaruhi oleh lingkungan (*'umrān*).

4. Nilai kesederhanaan, pertimbangan *maslahat*, dan pengaruh sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 428,326 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam terbentuk melalui interaksi antara dimensi moral (kesederhanaan), rasional (pertimbangan *maslahat*), dan sosial (lingkungan). Oleh karena itu, penelitian ini memperkuat relevansi pemikiran Ibnu Khaldun sebagai landasan konseptual dalam menjelaskan perilaku konsumsi dalam konteks ekonomi Islam kontemporer berbasis pendekatan empiris kuantitatif.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah didapat, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan bisa bermanfaat baik secara akademik maupun praktis.

1. bagi para mahasiswa Universitas Darussalam Gontor, diharapkan penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya menjaga sifat sederhana dan mempertimbangkan kebaikan dalam setiap kegiatan menghabiskan dana sehari-hari. Mahasiswa diingatkan agar tidak menggunakan konsumsi sebagai cara menunjukkan citra sosial, melainkan sebagai sarana memenuhi kebutuhan yang mengarah pada pengembangan akademik, spiritual, dan sosial sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

2. bagi pihak Universitas Darussalam Gontor, hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam memperkuat pendidikan karakter serta mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi Islam, terutama mengenai sikap dan perilaku konsumsi para mahasiswa. Kampus bisa memperkuat peran lingkungan sosial yang baik dengan contoh terbaik, kebijakan yang diterapkan, serta kegiatan belajar yang mendorong hidup sederhana, logis, dan berorientasi pada kebaikan. Sehingga, lingkungan kampus tidak hanya sebagai tempat belajar, tetapi juga tempat membentuk perilaku ekonomi berdasarkan Islam.
3. dalam rangka pengembangan ilmu ekonomi Islam, penelitian ini diharapkan bisa menambah kajian empiris yang menerapkan gagasan Ibnu Khaldun dalam konteks masa kini. Penelitian ini menunjukkan bahwa teori ekonomi Islam klasik masih relevan dan mampu menjelaskan pola perilaku konsumsi masa kini, terutama ketika diterapkan secara nyata melalui data dan pengamatan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan pendekatan yang sama masih memiliki peluang untuk dikembangkan.
4. bagi peneliti berikutnya, dianjurkan untuk memperluas objek penelitian, baik dari segi karakteristik responden maupun variabel yang diteliti. Penelitian lanjutan bisa juga melibatkan variabel lain seperti pemahaman tentang ekonomi Islam, kemampuan mengendalikan diri, atau peran lembaga pendidikan dalam membentuk cara seseorang membelanjakan uang. Selain itu, metode campuran juga bisa dipertimbangkan untuk memahami lebih dalam mengenai arti dari perilaku belanja mahasiswa dari sudut pandang yang lebih subjektif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

- abu Ali Al Banjari An Nadwi. *Terjemah Bidayatul Hidayah. Pust Aka Darussalam.* khazanah banjariah, 1994.
- Ananda, Iva Ashari, Abdul Wahab, and Evin Juliasti. “Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam” 7, no. 1 (2025): 72–82.
- Angelina, Laura, and Riska Dwi Astuti. “Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan* 3, no. 1 (2024): 81–89. <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss1.art11>.
- Aryani, Nisa Fadlilah. “Pengaruh Media Sosial Dan Peer Pressure Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unisma Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening.” *E – Jurnal Riset Manajemen* 14, no. 01 (2022): 506–17.
- Ayunda, Anju, Lu’liyatul Mutmainah, and Nurul Huda. “Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim.” *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 2 (2019): 243–70. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.962>.
- Bagaskara, Iqbal. “Perilaku Konsumen Muslim Dalam Penggunaan Platform E-Commerce Shopee.” *Journal Of Sharia Banking*, 2025, 61–77.
- Bandura, Albert. “Social Learning Theory.” *Elgar Encyclopedia of Cross-Cultural Management*, 2024, 133–34. <https://doi.org/10.4337/9781803928180.ch33>.
- Bergman, Amanda. *Conspicuous Consumption - A Study of Prestige-Related Consumer Behavior. European Journal of Marketing*. Vol. 18, 2010. <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1592889&fileId=1647221>.
- Bidabad, Bijan, and Bank Melli. “Overconsumption in Ethic Economics and Sustainable Development” 3, no. 2 (2019): 42–51.
- Cahyanti, Sri. “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.”

- Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021.
- Chapra, M. Umer. *Islam and The Economic Challenge. Review of Islamic Economics*. Vol. 2. International Islamic Publishing House I.I.P.H., 1992.
- Damayanti, F D W, and C Canggih. “Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1905–15. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.
- Damodar N, Gujarati. *Basic Econometrics, 5th Ed*. Edited by Anne E. Hilbert. Noelle Fox. new york: mcgraw-hill, 2009.
- Dedi Sugari, Hilalludin Hilalludin. “Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Peradaban Islam Dan Relevansinya Bagi Masyarakat Modern.” *Imanu* 1, no. 1 (2025): 1–15.
- Dewi, N N S P, And N M D A Mayasari. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedap (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)” 6, no. 2 (2024): 178–88.
- Fajar, Abbas Sofwan Matlail. “Perspektif Ibnu Khaldun Tentang Perubahan Sosial.” *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-* 6, no. 1 (2019): 1–12. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v6i1.10460>.
- Falah, Muhammad Fajrul, Lilik Rahmawati, and Abdul Hakim. “Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan MojosariMojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam.” *Jurnal Ekonomi ...* 09, no. 01 (2024): 42–58. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1295>.
- Fitrianta, Fisnu Anggara, And Ayatullah Kutub Hardew. “Hubungan Qana ’ Ah Dengan Perilaku Konsumtif,” n.d., 119–31.
- Ghasemi, Asghar, and Saleh Zahediasl. “Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians Asghar.” *International Journal of Endocrinology & Metabolism* 10, no. 2 (2012): 486–89. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>.
- H. Miftachul ‘Ulum, St., Mm. s t a t i s t i k, 2018.

- Hartiyani Sadu Budanti, Mintasih Indriayu & Muhammad Sabandi. "Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Uns." *Jubis* 4, No. 1 (2023): 1–14.
- Hasanah, Nurma, Tuti Anggraini, and Rahmat Daim Harahap. "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam." *MES Management Journal* 2, no. 1 (2022): 1–13. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36>.
- Hatem A. El-Karanshawy, Azmi Omar, Tariqullah Khan, Salman Syed Ali, Hylmun Izhar Wijdan Tariq Karim Ginena Bahnaz Al Quradaghi. "Islamic Economics : Theory , Policy and Social Justice." *Bloomsbury Qatar Foundation Journals* 2 (2015).
- Hidayat, Rahmat, and Fiantika Salwa Ibrahim. "Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun Dan Al-Ghazali Serta Relevansinya Terhadap Perekonomian Di Indonesia." *Hamfara : Journal of Islamic Economic Studies* 1, no. 1 (2025).
- Huda, Choirul. "Pemikiran Ekonomi Bapak Ekonomi Islam; Ibnu Khaldun." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2013): 103–24. <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.1.774>.
- Huda, Nurul, Akhmad Hulaify, Zakiyah Zakiyah, and Parman Komarudin. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 3, no. 1 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.155>.
- Ihsan, Helli. "Validitas Isi Alat Uukur Penelitian: Konsep Dan Panduan Penilaiannya." *PEDAGOGIA Jurnal Ilmu Pendidikan* 13, no. 3 (2015): 173. <https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i3.6004>.
- Inayati, Anindya Aryu. "Pemikiran Ekonomi Islam M. Umer Chapra." *Profetika, Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–76. <https://journals.ums.ac.id/index.php/profetika/article/download/2015/1433>.
- Iriani, Mutiara, Riyo Riyadi, and Noor Ellyawati. "The Influence of Peer

- Conformity and Pocket Money on Students ' Lifestyle in Higher Education" 6, no. 1 (2025): 88–97.
- Islam, Mohammad Rafiqul. "Sample Size and Its Role in Central Limit Theorem (CLT)." *International Journal of Physics & Mathematics* 1 (2018): 37–46.
- Isnaini, Riska Khajiyah, and Nurul Wulandari Putri. "Analisis Konsep Maslahat Dalam Konsumsi Dari Sudut Pandang Ekonomi Islam Pada Masyarakat Di Desa Slawi-Wetan." *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3 (2025).
- Khamis, Melanie, Nishith Prakash, and Zahra Siddique. "Consumption and Social Identity: Evidence from India." *Journal of Economic Behavior and Organization* 83, no. 3 (2012): 353–71. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.07.002>.
- Lestari, Dwi Ayu. "The Minimalist Lifestyle as Qur'anic Practice: A Living Qur'an Study of Surah Al-A'raf Verse 31 among UIN Sunan Kudus Students." *Tafse: Journal of Qur'anic Studies* 10, no. 1 (2025): 70–82. <https://doi.org/10.22373/tafse.v10i1.30376>.
- Maghfiroh, Siti, Saiful Ansori, and Umi Khomsiyatun. "Konsep Maslahah Dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami Pada Bulan Ramadhan Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Agama* 23, no. 1 (2022): 109–24. <https://doi.org/10.24090/JPA.V23I1.2022.PP109-124>.
- Mardiatmoko, Gun -. "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda." *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Maulidah, A. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Perpekti Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Samsung." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2024).
- Millan, Elena, Banwari Mittal. "Consumer Preference for Status Symbolism of Clothing: The Case of the Czech Republic." *Psychology & Marketing* 30, no. 6 (2017): 461–69. <https://doi.org/10.1002/mar>.

- Mintarti Indartini, Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*. Edited by Hartirini Warnaningtyas. *EJurnal Al Musthafa*. Yusuf Deni. Vol. 3. Lakeisha, 2023. <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>.
- Muawaliyah, Wulan, and Ahmad Saifuddin. "Consumptive Behavior in Female University Students : Qana ' Ah and Hedonic Lifestyle as Predictors." *Islamic Guidance and Counseling Journal* 6 (2023).
- Muhamad Said, Syafi'ah. "The Ideal Theory Of Modern Economics In The View Of Ibn Khaldun." *Sinergi: Jurnal Ekonomi, Bisnis ...* 1, no. 3 (2022): 73–84. <http://sinergi.sinergiinstitute.com/index.php/SJEBM/article/view/20>.
- Muhammad Arif, Nursantri Yanti, Vania Sally Nabila. "PENGARUH Motivasi Belanja Hedonis, Uang Saku Dan Promo Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Pada Aplikasi Shopee." *Jubis* 4, no. 1 (2023): 89–97.
- Murod, Nailul, Siti Rochaeni, and Lilis Imamah Ichdayati. "Pengaruh Kesadaran, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengkonsumsi Buah Lokal Di Kawasan Perpasaran Jakarta Barat." *Agribusiness Journal* 12, no. 2 (2019): 86–96. <https://doi.org/10.15408/aj.v12i2.11860>.
- Nadhifah, Siti Nurun, and Ahmad Syakur. "Etika Konsumsi Dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 8, no. 1 (2025): 557–68. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1928>.
- Nofrianto, Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia | Nashr Akbar Nur Kholis, and Suci Aprilliani Utami. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Edited by Ali Sakti Rifki Ismal. *Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia Pengantar, 2021.
- Osborne, Jason W, and Elaine Waters. "Four Assumptions Of Multiple Regression That Researchers Should Always Test." *Practical Assessment, Research & Evaluation* 8, no. 2 (2002): 1–5.

- Osikominu, Jessica, and Nancy Bocken. "A Voluntary Simplicity Lifestyle: Values, Adoption, Practices and Effects." *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 5 (2020): 1–30. <https://doi.org/10.3390/su12051903>.
- sugiyono. "Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d." *Bandung Alf*, 2011.
- Purwanza, Sena Wahyu, Wardhana Aditya, Mufidah Ainul, Reny Renggo Yuniarti, Kabubu Hudang Adrianus, Setiawan Jan, Darwin, et al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Edited by M.Kep Ns. Arif Munandar, S.Kep. *Media Sains Indonesia*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2022.
- Putriani, Yolanda Hani, and Atina Shofawati. "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015): 570. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20157pp570-582>.
- Ramadhan, Deni, Cindy Steffany, Rifko Ahmad, Razi Syahriful Zanah, Teknologi Rekayasa, Perangkat Lunak, Teknologi Informasi, and Politeknik Negeri Padang. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Pustaka Aktiva* 5, no. 1 (2025): 11–17.
- Rao, Rooman Sajid, and Faiza Latif. "Cultural Orientation And Impulse Buying Behavior Among Gen-Z: A Survey-Based Analysis." *Cbr (Consumer Behavior Review)* 9 (2025): 1–16.
- Review, Consumer Behavior. "The Influence Of Perceived Credibility And Parasocial Relationships On Consumer Trust In Influencer-Endorsed Brand Messages." *Cbr (Consumer Behavior Review)* 9, no. 1 (2025): 1–11.
- Saputra, Raihan, and Gevan Naufal Wala. "Pengaruh Tekanan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif (Study Literature Review)." *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* 2, no. 3 (2024): 111–22.
- Saputro, Iswan, Annisa Fitri Hasanti, Fuad Nashori, and Universitas Islam

- Indonesia. "Qana'ah Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Kepuasan Hidup Dan Stres." *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris* 3, no. 1 (2017).
- Sari, Surya Karmila, Ayu Puspa Kirana, and Otong Karyono. "Overcoming Israf : An Exploration Of Frugal Living Within The Framework Of Hifdz Al-Mal" 8, no. 1 (2025): 1–21.
- Septiana, Aldila. "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam." *Dinar* 2, no. Januari (2015): 18.
- Silvia Ripa Nurkaromah, Mutia Latifa, Denisa Ramadhani, Lina Marlina. "Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Behavioral Economics Islam Terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 7 (2025): 1–17.
- Simangunsong, Rahel Monica S, Karina Meriem, Beru Brahmana, and Nenny Ika Putri. "Pengaruh Harga Diri Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z." *Jurnal Psychomutiara* 1, no. 11 (2021): 6.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. Bandung: Alfabeta, cv, 2019.
- Sugiyono, prof. dr. *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA, 2019.
- Surapati, Mahsyar. "Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase Decision." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 4, no. 1 (2020): 2614–1280.
- Syahza, Almasdi. *Metodologi Penelitian*, 2021.
- Thoha, Ahmadie. *Terjemah Muqodimah Ibnu Khaldun*. Edited by Mahmud Rihaj. Hardyono. Jakarta: pustaka firdaus, 1986.
- Wiraputra, Jhody, Okta Sari, and Yulia Andriani. "Ekonomi Islam Dalam Pandangan Ibnu Khaldun." *Kalamizu : Jurnal Sains, Sosial, Dan Studi Agama* 1, no. 8 (2025): 919–29.
- Yakub, Prof. Tengku Ismail. *Terjemah Ihya' Ulumiddin*. Republika, 1992.

www.tedisobandi.blogspot.com.

Yang, Teng, and Guofeng Dong. *Research on the Influence of Social Identity on Impulsive Consumption Behavior*. Atlantis Press International BV, 2025.
<https://doi.org/10.2991/978-94-6463-710-6>.

جلدون, عبد الرحمن بن. مقدمة ابن جلدون الجزء الأول. Edited by عبد الله محمد الدرويش. دمشق. n.d. ,

مقدمة ابن جلدون الجزء الثاني. Edited by عبد الله محمد الدرويش. دمشق. n.d. ,

عبدالواحدواقي, الدكتورعلي. مقدمة ابن جلدون. Edited by الدكتورعلي عبدالواحدواقي. n.d. ,

0

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO