

Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Kartika Candra Kirana Hadi*, Romi Adetio Setiawan, Herlina Yustati

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

*Correspondence: Kartikacandra@mail.uinfatsukarno.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa serta menganalisis pandangan Islam terkait perilaku konsumtif ini. Hedonisme, sebagai salah satu gaya hidup, menarik minat remaja karena menawarkan gaya hidup yang mewah, nyaman, dan berlimpah tanpa memerlukan upaya keras. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penerapan Probability Sampling pada 200 mahasiswa, dimana sampel yang diambil berjumlah 115 orang. Hasil penelitian menggambarkan adanya korelasi positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, ditunjukkan oleh koefisien positif dalam analisis. Semakin dominan gaya hidup hedonis yang dijalani, semakin meningkat pula perilaku konsumtif. Sebagian besar anggota komunitas mahasiswa cenderung terpengaruh oleh gaya hidup hedonis yang menitikberatkan pada kenikmatan bukan pada kebutuhan esensial, yang berimplikasi pada perilaku konsumtif. Kegiatan, minat, dan pandangan mayoritas mahasiswa tidak selaras sepenuhnya dengan prinsip ekonomi Islam yang menegaskan kebutuhan haruslah rasional dan sesuai dengan syariat-syariat Islam yang terkandung dalam firman Allah SWT dalam surat Al-A'raf ayat 31. Hal ini menandakan bahwa orientasi kebutuhan yang didorong oleh gaya hidup hedonis tidak selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan kebutuhan yang sesuai dengan nilai-nilai positif dalam syariat Islam.

Kata kunci : ekonomi islam, gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif.

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the influence of hedonistic lifestyles on consumer behavior among university students while analyzing the Islamic perspective regarding this behavior. Hedonism, as a lifestyle choice, captivates the interest of young individuals by offering a luxurious, comfortable, and abundant way of life without requiring substantial effort. Employing a quantitative method and applying Probability Sampling among 200 students, the research extracted a sample size of 115 individuals. The research findings illustrate a positive correlation between hedonistic lifestyles and consumer behavior, evidenced by the positive coefficients within the analysis. The more prevalent the hedonistic lifestyle, the more pronounced the consumer behavior becomes. A significant portion of the student community tends to be influenced by hedonistic tendencies, emphasizing pleasure over essential needs, consequently leading to consumer behavior. The activities, interests, and perspectives of the majority of students do not entirely align with the principles of Islamic economics, which emphasize the necessity for rational needs aligned with the Islamic sharia, as stated in the Quran (Al-A'raf verse 31). This signifies that the orientation of needs driven by hedonistic lifestyles contradicts the principles of Islamic economics that emphasize needs in line with positive values within Islamic teachings.

Keywords : *islamic economics, hedonistic lifestyle, consumptive behavior*

PENDAHULUAN

Dalam era modern ini, terjadi transformasi yang signifikan dalam gaya hidup manusia. Kemajuan teknologi dan perkembangan sosial memberikan dampak besar terhadap pola kehidupan sehari-hari manusia. Salah satu kecenderungan yang semakin mendominasi adalah perilaku hidup hedonis, di mana seseorang cenderung mengejar kesenangan dan kenikmatan secara berlebihan, seringkali melampaui batas yang sehat dan rasional. Hedonisme menjadi salah satu bentuk gaya hidup yang menarik bagi kalangan remaja. Fenomena ini mendorong remaja untuk mengutamakan gaya hidup yang mewah dan nyaman tanpa harus berupaya keras. Pola hidup hedonis mencakup kegiatan untuk mencari kesenangan, menghabiskan waktu untuk bersenang-senang dengan teman, gemar membeli barang yang tidak diperlukan, dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitar.

Dampaknya, gaya hidup hedonis menjadi pemicu utama perilaku konsumtif yang sering terlihat di kalangan remaja (Indriani, 2022).

Mahasiswa, yang merupakan bagian dari kelompok remaja akhir yang masih mengalami proses krisis identitas, menggunakan lingkungan sekitar sebagai sarana untuk mengenali diri. Mereka cenderung tertarik pada hal-hal baru, termasuk gaya hidup hedonis yang menarik bagi mereka karena memiliki daya tarik yang kuat (Trimartati, 2014). Namun, gaya hidup hedonis ini berpotensi merugikan secara finansial bagi mahasiswa karena cenderung membuat perencanaan keuangan mereka tidak terkendali (Yahya, 2021). Prioritas konsumsi mahasiswa tidak hanya terbatas pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan. Sikap konsumsi yang sederhana mulai bergeser mengikuti tren, dengan kurangnya perhatian terhadap aspek sosial dan barang-barang yang dikonsumsi. Mereka menggunakan harta dengan bebas sehingga pengeluarannya sulit terkendali (Wardani, 2021). Uang saku yang diterima setiap mahasiswa bervariasi, namun lingkungan tempat tinggalnya sering kali memengaruhi pola konsumsinya. Oleh karena itu, siswa benar-benar harus memilih anggaran yang sesuai dengan kebutuhan dan sumber daya terbuka mereka (Waryanti, 2018).

Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK 2019, generasi muda Indonesia cenderung memiliki perilaku konsumtif. Sekitar 64,3% dari responden generasi muda memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Mereka lebih memilih menghabiskan uangnya untuk konsumsi instan dan gaya hidup mewah daripada menyisihkan untuk investasi atau tabungan masa depan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan ketidakminatan sebagian besar Generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal syariah (Wahyuni & Setiawan, 2022).

GenBI (Generasi Baru Indonesia) adalah komunitas mahasiswa penerima beasiswa dari Bank Indonesia. Komunitas ini hadir di berbagai perguruan tinggi yang memiliki mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia. Sebagian anggota GenBI Bengkulu terlihat cenderung melakukan perilaku konsumtif, seperti mengenakan pakaian mahal dan bermerk serta berlibur ke tempat-tempat mewah, baik pada mahasiswa laki-laki maupun perempuan. Fitur bayar nanti (*paylater*) pada aplikasi belanja online juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, seperti yang dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Julita dan Yustati pada tahun 2022 tentang pengaruh penggunaan Shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim (Julita & Yustati, 2022).

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis *Perilaku konsumtif dalam Islam*

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan seseorang untuk menggunakan dan mengandalkan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain tanpa adanya penciptaan atau produksi dari dirinya sendiri. Istilah perilaku konsumtif ini mencakup serangkaian tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mendapatkan barang yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka (Lutfiah & Kuswanti, 2022). Konsep ini berlawanan dengan prinsip dasar konsumsi yang disampaikan Purnamasari, (2022) lima pedoman utama: nilai, kebersihan, kemudahan, amal, dan kualitas signifikan. Ada beberapa indikasi adanya *customer lead*, antara lain pembelian yang didorong oleh godaan hadiah, daya tarik kemasan, pemeliharaan penampilan dan gengsi, pertimbangan harga, penjagaan simbol status, percobaan lebih dari satu produk (dengan merek berbeda), penyesuaian dengan model iklan, serta keyakinan bahwa pembelian produk mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri (Pambayun, 2017).

Perilaku konsumtif seseorang didorong oleh sejumlah faktor yang mempengaruhi kecenderungan ini, Fatmawatie (2022) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, proses dan pengalaman belajar, kepribadian, konsep diri, kondisi ekonomi, serta gaya hidup individu. Sisi lain, faktor eksternal terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, lingkungan keluarga, dan pengaruh dari kelompok referensi.

Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup serakah menyiratkan rencana pengembangan yang mencari euforia sepanjang kehidupan sehari-hari, seperti energi pengelolaan uang yang efektif di luar rumah, lebih banyak bermain, dan berpikir (Lodeng, 2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup liberal secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua susunan, yaitu faktor dalam dan faktor luar. Faktor dalam

mengintegrasikan sudut pandang, pengalaman dan kebijaksanaan seseorang, karakter, pemikiran diri, motivasi dan sedikit pengetahuan. Sedangkan komponen eksternal menggabungkan pengaruh paket referensi, lingkungan keluarga, kelas sosial, dan budaya (Lodeng, 2018).

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

Eni Lestarina dkk (2017) menyatakan pengaruh penggunaan tidak secara jelas dipengaruhi oleh gaya hidup liberal. Sebaliknya, ada lebih banyak faktor memengaruhi perilaku konsumtif adalah variabel internal seperti motivasi, pengamatan, proses belajar, kepribadian, konsep diri, dan keyakinan, bersama dengan faktor eksternal seperti budaya, kelas sosial, kelompok acuan, dan lingkungan keluarga. Penelitian Suawa & Mandagie (2019) juga mengindikasikan bahwa faktor personal tidak berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

H0 : Tidak ada pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif

Penelitian Adzkiya (2018) menemukan adanya pengaruh positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Ia menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Temuan serupa diperkuat penelitian Lodeng (2018), yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Sehingga, hipotesis alternatif

Ha : Terdapat Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *probability sampling* untuk mengambil sampel. Penentuan sampel dilakukan dengan memanfaatkan tabel penentuan sampel, dengan tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10%. Hal ini menghasilkan jumlah sampel sebanyak 115 mahasiswa yang tergabung dalam GenBI Bengkulu. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang dirancang dengan skala Likert. Skala ini berfungsi sebagai panduan dalam penyusunan pertanyaan-pertanyaan dengan opsi jawaban yang mencakup sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	37.233	4.151			8.969	.000
Hedonisme	1.954	.142	.791		13.759	.000

Sumber: data olahan

Hasil analisis hipotesis dengan menggunakan regresi linear sederhana mengungkap bahwa nilai $a = 37,233$. Ketika gaya hidup hedonis mencapai nilai 0, perilaku konsumtif juga terukur sebesar 37,233. Selain itu, koefisien kemunduran pada variabel gaya hidup liberal (X) sebesar 1,954. Artinya menerima gaya hidup mewah meningkat sebesar 1%, penggunaan langsung (Y) selanjutnya meningkat sebesar 1,954%. Koefisien positif menunjukkan hubungan positif antara gaya hidup liberal dan prospek pembeli. Semakin kritis gaya hidup rakus, semakin nyata perkembangan klien secara langsung. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 13,759, sementara nilai t tabel pada variabel gaya hidup hedonis adalah 1,65857. Dari hasil ini, terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($13,759 > 1,65857$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, gaya hidup hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada anggota Komunitas GenBI Bengkulu.

Penelitian Indriani (2022) yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis dan minat beli dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,661 > 1,165$) dan signifikansi $0,00 < 0,05$. Serta hasil penelitian Sari (2021) yang mengindikasikan hubungan signifikan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana semakin tinggi gaya hidup, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Begitu pula dengan penelitian Sari, Nengsih and Syahrizal (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa. Namun, penelitian ini berbeda dengan Lestarina et al., (2017) dan Suawa & Mandagie (2019) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.623	15.320

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil pada output model summary yang tercantum dalam Tabel 2, diperoleh nilai uji determinasi pada kolom R Square sebesar 0,626 atau 62,6%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sekitar 62,6% dari hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh model yang digunakan, sementara sisanya, sekitar 37,4%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian Pengamatan peneliti juga menyoroti kemudahan bertransaksi sebagai salah satu faktor pendukung perilaku konsumtif dalam komunitas tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Astuti & Faujiah (2023) yang menunjukkan bahwa E-wallet mempengaruhi perilaku konsumtif Islam sebesar 49,5%. Selain itu, merk produk juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif, sesuai dengan temuan Sahabuddin dkk. (2023) yang menyebutkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Faktor lain yang mendukung perilaku konsumtif adalah harga diri yang terkait dengan keinginan untuk diakui oleh lingkungan sekitar. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sasmita et al. (2019) yang menyatakan bahwa kontribusi harga diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 71,2%. Namun, pola gaya hidup anggota komunitas dalam aktivitas belanja belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi yang Islami, di mana belanja tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pokok namun melebihi batasan kebutuhan tersebut. Jawaban responden yang menyoroti kemasan menarik sebagai alasan pembelian menunjukkan pengaruh besar dalam melakukan pembelian. Sebagai mahasiswa penerima beasiswa, seharusnya mereka mampu mengalokasikan anggaran dengan baik sesuai dengan kebutuhan pokok terlebih dahulu dan sesuai dengan proporsi yang tepat.

Dalam ajaran Islam, perilaku boros dianggap sebagai perbuatan tercela. Seorang muslim diharapkan menggunakan harta sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syari'at. Menggunakan harta sesuai dengan kebutuhan yang esensial, memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan, serta mengelola kekayaan dengan bijak adalah nilai-nilai yang sangat ditekankan dalam ajaran Islam. mempraktikkan keadilan, kesederhanaan, dan bertanggung jawab dalam mengelola harta merupakan inti dari prinsip-prinsip agama yang harus diikuti oleh umat Muslim (Setiawan, 2023). Prinsip-prinsip konsumsi yang menjadi pedoman dalam ajaran Islam, antara lain, prinsip keadilan yang menghindari perbuatan zalim, prinsip kebersihan yang menekankan kebersihan fisik dan mental dari barang yang dikonsumsi, serta prinsip kesederhanaan yang mendorong sikap yang tidak berlebih-lebihan dalam konsumsi, hal ini sesuai dengan ajaran yang dianut dalam Islam.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai dampak gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif, serta pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif menunjukkan temuan yang signifikan. Analisis data menegaskan bahwa variabel independen gaya hidup hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif. Namun, temuan tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip etika konsumsi dalam Islam yang menekankan larangan terhadap konsumsi berlebihan, mendorong kesederhanaan dalam berkonsumsi, dan mengedepankan perhatian terhadap kebutuhan. Islam secara tegas menolak perilaku yang berlebihan dan pemborosan dalam mengelola konsumsi.

Perilaku yang diamati pada anggota komunitas belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Mayoritas mahasiswa cenderung terdorong oleh gaya hidup hedonis yang lebih menitikberatkan pada aspek kesenangan daripada kebutuhan. Hal ini menyebabkan perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Tidak hanya itu, untuk mengendalikan perilaku konsumtif, penting untuk menyadari bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan material semata. Hal ini juga mencakup kebutuhan immaterial seperti

pengetahuan dan hubungan sosial. Selain memperhatikan kepentingan pribadi, penting juga untuk mempertimbangkan kebutuhan sosial masyarakat secara lebih luas. Dengan kata lain, selain adanya barang dan jasa yang digunakan untuk kepentingan individu, terdapat juga barang dan jasa yang dimanfaatkan secara bersama-sama oleh anggota masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, A. 2018, Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Astuti, A.D. & Faujiah, A. 2023, Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta, *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209–222.
- Fatmawatie, N. 2022, *E-Commerce & Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Harita, Y.Y., Gusnardi & Isjoni, M.Y.R. 2022, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530.
- Indriani, 2022, Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Konformitas terhadap Minat Beli Online Produk Fashion yang dimoderasi variable Perilaku Konsumtif pada Segmen Remaja di Kota Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Julita, E., B, I. & Yustati, H. 2022, Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957.
- Lestarina, E. et al. 2017, Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja, *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. .
- Lodeng, A. 2018, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam, *Skripsi*, UIN Islam Negeri Raden Intan Lampung. UIN Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Luas, G.N., Irawan, I. & Windrawanto, Y. 2023, Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7.
- Lutfiah, Basri, M. & Kuswanti, H., 2022, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Pambayun, A.M. 2017, Perilaku Konsumtif Atlet (Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knights Kota Surabaya), 15.
- Purnamasari, A.R. 2022, Teori konsumsi dalam perspektif ekonomi islam, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 154–164.
- Sahabuddin, R. et al. 2023, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar, 4(2), 230–237.
- Sari, M.M., Iengsih, T.A. & Syahrizal, A. 2023, Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019, *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, S. 2021, Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sasmita, N.A. et al. 2019, Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Harga Diri Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 4 Medan, 5(1), 58–66.
- Setiawan, R. A. 2023. *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation*, London, Routledge.
- Suawa, A.J., Tumbel, A.L. and Mandagie, Y., 2019, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado, *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Trimartati, N. 2014, Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan, *Psikopedagogia: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 3(1), 20.
- Wahyuni, A.T. & Setiawan, A. 2022, Pengaruh Perspektif Generasi Z terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), 6(2), 111–127.

- Wardani, R. 2021, Perilaku Konsumsi Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa IAIN Ponorogo). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Waryanti, T. 2018, Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro). IAIN Metro.
- Yahya, A. 2021, Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 137.