

## Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Fitri Yulianti<sup>1</sup>, M. Arif Kurniawan<sup>2</sup>, Pratomo Cahyo Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Email: [ftryulianti46@gmail.com](mailto:ftryulianti46@gmail.com)<sup>1</sup>, [m.arif.kurniawan@iainpekalongan.ac.id](mailto:m.arif.kurniawan@iainpekalongan.ac.id)<sup>2</sup>, [pratomokurniawan8@gmail.com](mailto:pratomokurniawan8@gmail.com)<sup>3</sup>

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum perilaku konsumtif mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan studi kasus. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah semester IV. Obyek penelitian ini adalah kampus IAIN Pekalongan. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan metode interview/ wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam keabsahan data adalah perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa jurusan perbankan syariah baik yang berasal dari keluarga mampu maupun dari keluarga yang kurang mampu dalam membeli barang atau produk berperilaku rasional dengan melihat manfaatnya dibandingkan dengan merk, iklan, dan promosi. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah motivasi dan budaya lingkungan dalam kampus. Hal ini sesuai dengan ketentuan islam bahwasanya dilarang untuk hidup secara berlebih-lebihan.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumtif, Ekonomi Islam

**ABSTRACT:** This study aims to determine the general description of the consumptive behavior of students majoring in Islamic banking at IAIN Pekalongan. This type of research is a qualitative research with a descriptive approach and case studies. The design used in this research is phenomenology. The subjects of this study were students majoring in Islamic banking in the fourth semester. The object of this research is the IAIN Pekalongan campus. In this study, the researcher collected data by using interview, observation, and documentation methods. The techniques used in the validity of the data are extension of participation, persistence of observation, and triangulation. Activities in data analysis, namely data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. The results of this study indicate that the consumptive behavior of students majoring in Islamic banking, both from wealthy families and from poor families, in buying goods or products behaves rationally by looking at the benefits compared to brands, advertisements, and promotions. Factors that influence the consumptive behavior of students are motivation and environmental culture on campus. This is in accordance with the provisions of Islam that it is forbidden to live in excess.

**Keywords:** Consumptive Behavior, Islamic Economics

### 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi di Indonesia saat ini telah mendorong perkembangan perekonomian suatu negara. Salah satunya dapat di lihat dari kemajuan ekonomi yang pesat, ditambah masuknya globalisasi industri barang-barang mewah dan bermerek seperti perabot, pakaian, sepatu, tas, kerajinan, dan sebagainya, memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat Oktavia, (2018). Banyaknya persediaan barang yang melimpah dan kecanggihan teknologi memiliki banyak pilihan masyarakat untuk tertarik dan mengonsumsi barang tersebut, sehingga masyarakat mengalami perubahan perilaku dalam hal konsumsi yaitu cenderung menunjukkan perilaku konsumtif. Perilaku

konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial Alamwal et al., (2016).

Perilaku konsumtif ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meski dengan kadar yang berbeda-beda, hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut Mahdalela, (1995). Menurut Lina dan Rosyid Amaliya & S, (2017), perilaku konsumtif seseorang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Untuk memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang menganutnya. Perilaku Konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, prestige, dan untuk mendapatkan kepuasan bagi penganutnya. Individu selalu mencari kepuasan akhir dengan mengonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan keinginannya Mujahidah, (2021).

Kaum remaja merupakan pembeli potensial untuk produk-produk seperti pakaian, sepatu, kosmetik bahkan sampai makanan Monks & Dkk, (2001). Mahasiswa sebagai remaja berusaha memperhatikan penilaian orang lain terhadap mereka terutama di wilayah kampus. Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Berkembangnya perilaku konsumtif tidak didasarkan perbedaan gender, keduanya memiliki pola yang sama dalam berperilaku konsumtif. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan Gumulya & Widiastuti, (2003). Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar dalam gaya hidup mereka dan dapat menimbulkan permasalahan dalam kehidupannya. Adapun dampak yang dapat dirasakan mahasiswa yaitu ketika mahasiswa terus melakukan perilaku konsumtif ini maka dia tidak lagi dapat mengatur keuangannya dengan baik, akan mengalami tekanan jika keinginannya tidak dapat terpenuhi, akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri Effendi, (2016).

Pembelian produk yang menonjol di kalangan mahasiswa adalah berupa produk *fashion*, kosmetik dan produk jasa seperti mengunjungi cafe / restoran dan tempat wisata. Keputusan pembelian yang dilakukan sering tidak terkontrol dan terkendali. Berdasarkan pengamatan peneliti pada mahasiswa jurusan perbankan syariah, mereka melakukan pembelian produk tersebut mencapai 3 kali atau bahkan lebih dalam satu bulan, dan mereka rela mengeluarkan materi yang banyak untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan tersebut. Sedangkan kebutuhan sebagai mahasiswa seperti pembelian buku pedoman untuk menunjang pelajaran tidak mereka penuhi, bahkan mereka hanya mengandalkan buku pinjaman dari teman dan pustaka.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Mereka cenderung mengonsumsi sesuatu agar dapat mengikuti mode atau tren yang sedang beredar sehingga diakui eksistensinya di tengah lingkungan. Hal inilah yang menjadikan mereka berperilaku konsumtif. Sebagaimana yang diketahui bahwa mode dan tren atas suatu produk akan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman. Hal ini tentu saja tidak sesuai dengan perilaku konsumsi seorang muslim. Yang mana dalam Islam kita dianjurkan untuk hidup sederhana atau tidak bermewah-mewahan, mengonsumsi sesuatu yang memang dibutuhkan dan lebih memperhatikan kemaslahatan dari barang yang dikonsumsi tersebut Yunita, (2018).

Penelitian tentang perilaku konsumsi telah pernah dilakukan oleh Ratna Wilis (2014) yang meneliti tentang Analisis Perilaku Konsumen dalam membelanjakan Pendapatannya Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus: Masyarakat Petani Kelapa Sawit di Dusun III Jorong Koto Gadang Jaya Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menghasilkan kesimpulan faktor budaya membawa masyarakat petani kelapa sawit ke dalam sifat boros yang tidak sesuai dengan Islam, faktor sosial masyarakat petani kelapa sawit dalam membelanjakan pendapatannya dipengaruhi oleh status sosialnya, faktor pribadi masyarakat petani kelapa sawit dalam membelanjakan pendapatannya lebih berisiko kepada sifat boros Wilis, (2014).

Rani Wulandari (2016) meneliti tentang Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang menghasilkan kesimpulan secara keseluruhan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi dalam memutuskan membeli sepeda motor dipengaruhi oleh faktor akhlak, faktor sosial, dan faktor pribadi tidak memiliki hubungan terhadap keputusan dalam pembelian sepeda motor dengan hasil analisis regresi linear berganda Wulandari, (2016).

Rahmat Rio Bahari (2017) juga meneliti tentang Analisis Perilaku Konsumen dalam membeli Pakaian Bekas menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pada Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi). Dengan metode deskriptif kualitatif yang menghasilkan kesimpulan secara keseluruhan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli pakaian bekas dipengaruhi oleh faktor-faktor kebutuhan dan faktor akhlak Bahari, (2017).

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, terdapat kesamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu mengenai perilaku konsumsi. Dalam hal ini peneliti mempunyai perbedaan yaitu peneliti akan menganalisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan ditinjau menurut Ekonomi Islam.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan studi kasus. Penelitian dilakukan di IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah yang berlokasi di Jl. Pahlawan Km.5 Rowolaku, Kajen, Kab. Pekalongan 51161. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah semester IV. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan metode interview/ wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam keabsahan data adalah perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Sejarah Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan**

STAIN Pekalongan lahir dan berdiri pada tahun 1997. Kelahirannya merupakan bentuk penataan dan pengembangan dari Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo di Pekalongan. Fakultas Syari'ah Pekalongan semula berasal dari Fakultas Syari'ah Bumiayu yang berdiri pada tahun 1968, tetapi kemudian dinegrikan pada tahun 1970 dan menjadi salah satu fakultas cabang dari IAIN Walisongo Semarang. Pada tahun 1973, IAIN Walisongo cabang Bumiayu dipindah ke Pekalongan, karena ada kebijakan "rasionalisasi fakultas-fakultas cabang" dari pemerintah pusat, dengan pertimbangan agar lebih prospektif bagi pengembangan dan kemajuan sebuah fakultas pada masa mendatang.

Peresmian penyerahan kepada masyarakat Pekalongan dilakukan oleh Rektor IAIN Walisongo Semarang, Prof. Tengku H. Ismail Ya'kub SH, MA dengan dihadiri oleh Pembantu Gubernur (Residen) Pekalongan, jajaran Pemerintah Daerah dan Kantor Departemen Agama Kotamadya Pekalongan, serta beberapa tokoh masyarakat Pekalongan. Di antara tokoh yang hadir serta memberi dukungan atas penempatan dan kepindahan tersebut adalah H.A. Djunaidi (pengusaha dan Dirut Primatexo-GKBI), KH. Syafi'i A. Madjid (ulama-Ketua KPB-Buaran), KHM. Sahlan (Kakandepag Pekalongan), HA. Muis Syamas dan HA. Kurdi.

Cikal Bakal FEBI IAIN Pekalongan berawal dari satu program studi (prodi) yang ada di Jurusan Syariah, yaitu Prodi D-3 Perbankan Syariah (PBS). Prodi D-3 PBS mulai dibuka dan menerima mahasiswa baru pada tahun akademik 2004-2005. Satu tahun kemudian dibuka lagi satuprodi juga menjadi embrio FEBI, yaitu Prodi S-1 Ekonomi Syariah (Ekosy). Dua prodi baru yang dibuka ini ternyata mendapat respon yang sangat positif dari masyarakat, terindikasi dari semakin banyaknya jumlah peminat yang mendaftar pada dua prodi tersebut. Jumlah mahasiswa pada Prodi D-3 PBS dan S-1 Ekosy ini pun perkembangannya sangat meningkat sangat signifikan.

Seiring dengan dinamika yang berkembang, STAIN Pekalongan yang kemudian bertransformasi menjadi IAIN Pekalongan berimbas pada perubahan "menginduk" di Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam kemudian berdiri sendiri menjadi fakultas baru, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Jurusan S-1 Perbankan Syariah juga baru berdiri, seiring dengan beralihnya status dari STAIN Pekalongan IAIN Pekalongan, maka bertambah pula jurusan yang FEBI yang awalnya hanya dua jurusan menjadi 4 jurusan, satu di antaranya adalah Jurusan Perbankan Syariah. Pendirian S-1 Perbankan Syariah berdasarkan SK Dirjen Pendis Nomor 276 Tahun 2017.

#### **Visi**

"Menjadi Program Studi terkemuka dan kompetitif dalam pengembangan ilmu perbankan syariah berwawasan keindonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036".

#### **Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan untuk menghasilkan sarjana ilmu perbankan syariah yang memiliki kecerdasan spiritual, keluasan ilmu pengetahuan, kesetiaan terhadap keindonesiaan, kemandirian dan kepeloporan dalam kehidupan.
2. Ilmu perbankan syariah melalui penelitian bagi kepentingan keindonesiaan dan kemanusiaan.

3. Mempelopori dan ikut berperan aktif dalam memperkuat dan memberdayakan masyarakat berbasis ilmu perbankan syariah.
4. Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara profesional, transparan, dan akuntabel dalam rangka mencapai kepuasan civitas akademika dan pemangku kepentingan

### **Tujuan**

1. Pengetahuan perbankan syariah yang memiliki kecerdasan spiritual, keluasan ilmu pengetahuan, kesetiaan terhadap keindonesiaan, dan kemandirian dalam kehidupan.
2. Berkembangnya ilmu perbankan syariah berwawasan keindonesiaan melalui pengkajian dan riset ilmiah.
3. Terbentuknya masyarakat yang kuat dan berdaya dalam kehidupan berbangsa dan bernegara berbasis ilmu perbankan syariah.
4. Terselenggaranya tata kelola Program Studi Perbankan Syariah yang profesional, transparan, dan akuntabel dalam rangka mencapai kepuasan civitas akademika dan pemangku kepentingan.

## **2. Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**

Berdasarkan hasil wawancara diketahui perilaku konsumtif mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Pekalongan yaitu :

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Pekalongan, dari 5 narasumber yang diambil oleh peneliti bahwa dalam perilaku konsumtif mereka atau dalam membeli barang atau produk mereka lebih cenderung melihat ke manfaat. Baik itu mahasiswa yang berasal dari keluarga yang mampu dan keluarga yang kurang mampu. Mereka kurang suka bila harus membeli barang yang bermerek sedangkan barang tersebut tidak bermanfaat untuk mereka. Dan jika mereka harus memilih antara harga atau merek mereka cenderung memilih harga karena mereka tidak suka membeli barang bermerek atau mahal tetapi tidak bermanfaat. Lebih baik mencari barang yang lebih murah namun kualitasnya tidak mendekati yang bermerek. Dari 5 narasumber yang diwawancarai oleh peneliti, sebanyak 3 mahasiswa menjawab memilih manfaat dari suatu barang. Mereka tidak suka menghambur-hamburkan uang mereka untuk hal-hal yang kurang penting, mereka lebih memilih untuk menabung uang mereka untuk membeli kebutuhan yang lain yang lebih mereka butuhkan.

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa perbankan syariah dapat digambarkan bahwa rasionalitas mahasiswa dalam kegiatan konsumsinya sangat wajar karena mereka tidak terpengaruh oleh pengaruh lingkungan. Mereka lebih suka membeli barang yang memang benar-benar bermanfaat untuk mereka, begitupun pada mahasiswa yang berasal dari keluarga yang mampu, namun dari hasil wawancara mereka juga lebih suka hidup yang sederhana dan tidak menonjolkan status atau kelas mereka. Sebagai mahasiswa mereka mengungkapkan bahwa mereka harus dapat hidup hemat. Dari 5 narasumber yang diwawancarai oleh peneliti, mereka menjawab bahwa dalam membeli suatu barang mereka tidak terpengaruh oleh hal apapun tetapi karena memang mereka membutuhkan barang tersebut. Tidak ada niatan untuk hanya sekedar untuk gaya-gayaan ataupun faktor yang lain.

Dari hasil penelitian pada mahasiswa perbankan syariah ditemukan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa, peneliti menyimpulkan bahwa faktor

yang mempengaruhi diantaranya adanya motivasi dan kebudayaan. Dikatakan faktor motivasi karena perilaku mahasiswa dalam kegiatan konsumtifnya karena mereka membutuhkan suatu barang maka mereka termotivasi untuk membeli. Dikatakan karena faktor budaya karena budaya di dalam kampus tentu berbeda dengan di rumah dan juga kemajuan teknologi yang sekarang terus berkembang menjadikan iklan juga mempengaruhi mahasiswa untuk membeli suatu barang, karena dengan iklan yang dikemas atau dibuat dengan begitu menariknya membuat mereka dapat mengenal barang-barang baru dan mengerti manfaat dari barang tersebut sehingga membuat mereka tertarik untuk membeli barang yang diiklankan tersebut. Dari 5 narasumber yang diteliti dan diwawancara mengatakan bahwa selain motivasi karena membutuhkan barang tersebut mereka membeli, iklan juga menjadi faktor yang mempengaruhi mereka untuk membeli suatu barang. Karena dengan iklan mereka dapat melihat manfaat suatu barang dan keunggulan-keunggulan dari sebuah produk maka mereka akan menjadi tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan bahwasannya perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan perbankan syariah (dari 5 narasumber) yang diwawancarai termasuk perilaku konsumtif dalam batas yang wajar, artinya bukan sebagai perilaku konsumtif yang berlebihan tetapi konsumtif sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam. Yang mana mahasiswa dalam membeli barang melihat dari segi manfaatnya bukan dari merk, hidup hemat, tidak suka menghambur-hamburkan uang, suka menabung, dan lebih suka hidup yang sederhana dan tidak menonjolkan status atau kelas mereka. Karena di dalam islam melarang gaya hidup konsumtif. Allah SAW berfirman yang artinya, “Dan makan dan minumlah kalian, tetapi janganlah kalian berlebih-lebihan karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31). Meskipun larangan yang disebutkan di atas hanyalah makan dan minum, tetapi hal ini juga berlaku keseluruhan. Kaum muslimin dilarang berlebih-lebihan serta menghambur-hamburkan harta untuk hal-hal yang tidak bermanfaat serta tidak diperintahkan dalam agama. Sebaliknya, dalam setiap kondisi, umat islam selalu diajarkan untuk sederhana dan mengindari terjadinya kemubaziran.

### **3. Gambaran Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan penjelasan perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Anggasari (Fitri. 2013: 30) yang menjelaskan perilaku konsumtif merupakan kegiatan membeli barang secara berlebihan sehingga barang-barang yang tidak diperlukan atau tidak penting juga ikut dibeli. Sependapat dengan penjelasan tersebut, Usman Effendi (2016: 17) mengemukakan konsumtif merupakan perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan di bandingkan kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa mahasiswa jurusan perbankan syariah termasuk perilaku konsumtif dalam batas yang wajar, artinya bukan sebagai perilaku konsumtif yang berlebihan tetapi konsumtif sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam. Yang mana mahasiswa dalam membeli barang melihat dari segi manfaatnya bukan dari merk, hidup hemat, tidak suka menghambur-hamburkan uang, suka menabung, dan lebih suka hidup yang sederhana dan tidak menonjolkan status atau kelas mereka. Karena di dalam islam melarang gaya hidup konsumtif

#### 4. Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif

Penyebab timbulnya perilaku konsumtif pada mahasiswa terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi: Faktor motivasi, menurut Chrisnawati dan Abdullah Karmila, (2019: 12) menjelaskan motivasi yaitu suatu kekuatan yang digunakan individu dalam memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa perilaku mahasiswa dalam kegiatan konsumtifnya karena mereka membutuhkan suatu barang maka mereka termotivasi untuk membeli. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penjelasan Reinhart Adzkiya, (2018: 16) mengemukakan bahwa kegiatan mengonsumsi dilakukan seseorang sebagai pemuas keinginan untuk bisa mencapai status tertentu melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan diri.

Faktor eksternal meliputi: Faktor budaya, karena budaya di dalam kampus tentu berbeda dengan di rumah dan juga kemajuan teknologi yang sekarang terus berkembang menjadikan iklan juga mempengaruhi mahasiswa untuk membeli suatu barang, karena dengan iklan yang dikemas atau dibuat dengan begitu menariknya membuat mereka dapat mengenal barang-barang baru dan mengerti manfaat dari barang tersebut sehingga membuat mereka tertarik untuk membeli barang yang diiklankan tersebut.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam perilaku konsumtif membeli barang atau produk mahasiswa lebih cenderung melihat dari segi manfaat. Sebagian besar mahasiswa lebih memilih harga dari pada merk dalam perilaku konsumtifnya, baik itu mahasiswa yang berasal dari keluarga yang mampu maupun dari keluarga yang tidak mampu. Namun ada mahasiswa yang berasal dari keluarga mampu yang lebih memprioritaskan merk daripada harga karena mahasiswa tersebut memang menyukai barang-barang yang bermerk karena dipandang lebih berkualitas. Dapat digambarkan bahwa rasionalitas dalam berkonsumsi mahasiswa dalam kegiatan konsumsinya sangat wajar karena mereka tidak terpengaruh oleh pengaruh lingkungan. Mereka lebih suka membeli barang yang memang benar-benar bermanfaat untuk mereka. Namun ada sebagian mahasiswa yang berasal dari keluarga mampu yang dalam membeli barang melihat dari mereknya karena mahasiswa tersebut suka memakai barang yang bermerek dan sudah terbiasa mengenakan barang-barang yang bermerek. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi diantaranya adanya motivasi dan budaya lingkungan dalam kampus.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-amwal, J., Economic, I., & September, L. (2016). *Jurnal Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law September 2016, Vol. 1, No. 1* [https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index.1\(1\),114-129](https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index.1(1),114-129).
- [2] Amaliya, L., & S, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 835-842.

- [3] Bahari, R. R. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen dalam membeli Pakaian Bekas menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus: Pada Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi*. iain bukittinggi.
- [4] Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (Batubara & A. R (eds.)). Rajawali Pers.
- [5] Fauzia, Ika Yunia. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* (prenada media Group (ed.)).
- [6] Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2003). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas esa unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50–65.
- [7] <https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggul>
- [8] Mahdalela. (1995). *Hubungan antara Referensi Sosial Kelompok dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Yogyakarta.
- [9] Monks, & Dkk. (2001). *Remaja dan perilaku konsumtif*. PT. remaja rosdakarya.
- [10] Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- [11] Oktavia, R. (2018). *Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam*. IAIN Metro.
- [12] Rozalinda. (2014). Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. In *ekonomi islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- [13] Wilis, R. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Membelanjakan Pendapatannya Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus: Masyarakat Petani Kelapa Sawit di Dusun III Jorong Koto Gadang Jaya Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat*. IAIN Bukittinggi.
- [14] Wulandari, R. (2016). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus: Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi*. IAIN Bukittinggi.
- [15] Yunita, I. (2018). *Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. IAIN Bukittinggi.
- [16] Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Kencana (ed.)).
- [17] <https://febi.iainpekalongan.ac.id/>  
<https://ps.febi.iainpekalongan.ac.id/>