

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion
Syariah: Studi Kasus Mahasiswi FEBI UINSU**

Nurbaiti¹, Muhammad Ikhsan Harahap², Windi Jihan Nabila³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

nurbaiti@uinsu.ac.id¹, m.ihsan.harahap@uinsu.ac.id², jihanwindi0123@gmail.com³

ABSTRACT

Consumptive behavior in buying fashion products for students of the Department of Islamic Economics, State Islamic University of North Sumatra. The informants of this research are students of the Department of Islamic Economics, 2018-2022, who like to shop. included in the category of consumptive behavior. The method of taking is using questionnaires or interviews. All subjects show consumptive behavior when they see good fashion products in front of their eyes. This consumptive behavior occurs initiated by factors that influence the subject's shopping style, namely environmental factors, internal factors, and fashion developments. Subjects buy not because of needs but desires, and subjects tend to often make purchases suddenly. The subject does not think about whether the items at home or at the boarding house still function, are easily tempted or interested in fashion products that other people use, cannot control themselves, and buy because they want to follow the trend. The subject of buying the product is not the priority. This unconscious behavior makes the subject tend to be consumptive in shopping. The impact or effect felt by the subject is wasteful. It is said to be wasteful because the subject spends money to buy something that is not prioritized.

Keywords : consumptive behavior, fashion products.

ABSTRAK

Perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Informan penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, stambuk 2018-2022, suka berbelanja. termasuk kategori perilaku konsumtif. Metode pengambilan menggunakan angket ataupun wawancara. seluruh subjek menunjukkan perilaku konsumtif saat melihat produk fashion yang bagus didepan matanya. Perilaku konsumtif tersebut terjadi diawali oleh faktor yang mempengaruhi gaya belanja subjek yaitu faktor lingkungan, faktor internal, dan perkembangan mode. Subjek membeli bukan karena kebutuhan melainkan keinginannya, dan subjek cenderung sering melakukan pembelian secara tiba-tiba. Subjek tidak memikirkan apakah barang-barang dirumah atau dikost masih berfungsi, mudah tergiur atau tertarik dengan produk fashion yang orang lain pakai, tidak dapat mengontrol diri, dan membeli karena ingin mengikuti trend. Subjek membeli produk bukan yang diutamakan. Perilaku yang tidak disadari itu membuat subjek cenderung menjadi konsumtif dalam berbelanja. Dampak atau akibat yang dirasakan subjek yaitu boros. Dikatakan boros karena subjek menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang bukan diprioritaskan.

Kata kunci : perilaku konsumtif, produk fashion.

PENDAHULUAN

Islam ialah agama yang sempurna, Islam menata seluruh aksi manusia mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, sedemikian itu pula Islam memiliki batas dalam aktivitas mengkonsumsi. Sikap pelanggan yang sesuai dengan determinasi al-Qur'an serta As-

Sunnah pasti hendak bawa pada kebaikan, keberkahan serta masalah. Islam memandang kegiatan ekonomi dengan cara positif, apa apabila terus menjadi banyak pelanggan yang ikut serta dalam kegiatan ekonomi sehingga hendak terus menjadi bagus, ketika tujuan serta cara buat memperoleh sesuatu benda ataupun pelayanan cocok dengan anutan Islam.

Sikap pelanggan merupakan kecondongan pelanggan dalam melakukan mengkonsumsi, buat mengoptimalkan kepuasannya. Rasionalnya, pelanggan hendak melegakan konsumsinya cocok dengan keahlian benda serta pelayanan yang disantap dan keahlian pelanggan buat memperoleh benda serta pelayanan itu. Berlainan dengan tujuan mengkonsumsi konvensional, seseorang mukmin dalam melaksanakan mengkonsumsi lebih memikirkan masalah dari faedah. Daya masalah bisa diamati dari bidang tujuan syarak dalam memutuskan hukum, yang berhubungan dengan 5 prinsip utama untuk kehidupan orang, ialah agama, jiwa, ide, generasi, serta harta.

Pada biasanya, mahasiswa berbelanja buat penuh keinginan utama serta keinginan penunjang guna kegiatan tiap hari. Berbelanja idealnya dicoba buat penuh keinginan utama serta pokok saja. Hendak namun, bertambahnya produk terkini yang terus menjadi bermacam- macam di pasaran mengakibatkan mahasiswa untuk membeli bahan- bahan yang tidak dibutuhkannya. Bila sikap ini tidak dikendalikan, bisa memunculkan sikap konsumtif, ialah sikap membeli produk dengan lebih mengutamakan kemauan dari keinginan.

Keinginan atau kemauan masing- masing pelanggan hendak tipe produk mode pasti berbeda- beda. Seorang mau mengoptimalkan bentuknya supaya bisa nampak modern serta berlainan dari pada yang lain, kesimpulannya terus menjadi ketagihan buat membeli bermacam produk mode serta senantiasa memperjuangkan buat bisa membelinya. Bila seorang senantiasa memperjuangkan buat membeli sesuatu produk sehingga hendak mencuat kemauan yang berlebih. Kemauan yang berlebih itu hendak memunculkan tindakan konsumtif.

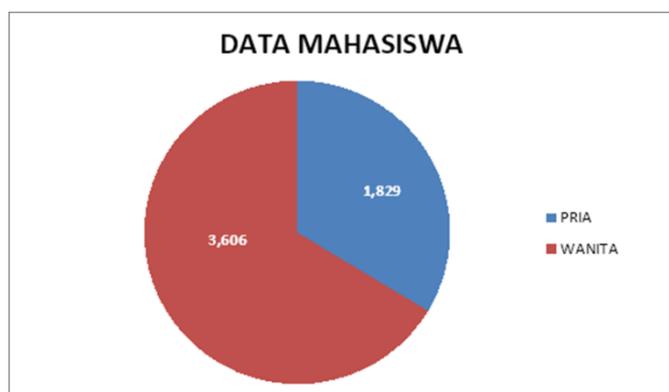
Dikala ini, aktivitas konsumtif yang dicoba oleh golongan mahasiswi tidak cuma didorong oleh terdapatnya keinginan hendak guna benda itu. Hendak namun, pula dilandasi oleh kemauan yang karakternya buat melindungi gengsi. Perihal itu sebab terus menjadi banyaknya ijab dari produk terkini yang promosinya dicoba lewat alat cap ataupun elektronik apalagi lewat pemasaran langsung di tempat yang membuat seorang jadi gampang terbawa- bawa buat berupaya atau membeli benda itu walupun sesungguhnya benda itu tidak dibutuhkan.

Pada dikala saat ini ini telah bertumbuhnya bumi mode alhasil permohonan kepada busana terus menjadi bertambah warga menghasilkan style berpakaian selaku salah satu perihal yang sangat berarti dalam kehidupannya. Mulai dari bermacam berbagai produk semacam busana sepatu tas serta lain- lain produk yang mempunyai mutu yang baik dengan harga.

Salah satu benda yang sangat disukai oleh golongan mahasiswi ialah produk baju - baju syari, Sedemikian itu pula yang terjalin pada mahasiswi khususnya Fakultas Ekonomi

serta Bidang usaha Islam Program Riset Ekonomi Islam yang bertempat di Universitas Islam Negara Sumatera Utara dimana sikap mengkonsumsi mahasiswa itu lebih bertambah pada pusat- pusat perbelanjaan. Mahasiswa yang 100 Persen berkeyakinan Islam amat menggenggam konsisten hendak anutan Islam, namun dari bidang konsumsi benda, mahasiswa kerap kali tidak mencermati etika mengkonsumsi yang sesuai dengan anutan Islam.

TABEL 1 DATA MAHASISWA EKONOMI ISLAM PADA TAHUN 2021



Bersumber pada uraian di atas sikap konsumtif mahasiswa yang berjumlah 5.420 fakultas Ekonomi serta Bidang usaha Islam khususnya di Program Riset Ekonomi Islam di antara lain perempuan yang berjumlah 3,606 serta pria yang berjumlah 1,829 terjalinkan kecenderungan buat konsumsi beberapa barang elegan, bentuk terkini, tren ataupun terkenal dikala ini. Paling utama pada produk mode syariah yang lagi tren di golongan mahasiswa dikala ini, Dengan terdapatnya gerai-gerai serta pasar swalayan yang terdapat, alhasil membuat golongan mahasiswa lebih kerap melaksanakan aktivitas membeli-beli dan sikap mengkonsumsi lebih lapang dalam memilah, membeli, serta memakai benda yang ditawarkan. Aktivitas berbelanja yang dicoba oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi serta Bidang usaha Islam. banyak dari mereka terkategori dari golongan banyak orang yang kurang sanggup, alhasil berakibat pada perihal lain semacam tertundanya novel kuliah yang tidak terbeli serta sedang banyak lagi, serta kala perihal ini terjalinkan para mahasiswa itu hendak melaksanakan dusta kepada orang berumur mereka untuk memperoleh duit balik.

Bisa disimpulkan kalau mahasiswa fakultas Ekonomi Islam serta bidang usaha Islam bidang ekonomi Islam mempunyai watak abur dalam mengkonsumsi benda, sebab mereka konsumsi produk pakaian bukan lagi didasarkan pada keinginan melainkan gengsi.

Mahasiswa yang konsumsi pakaian dalam waktu durasi yang pendek masuk dalam jenis abur serta amat tidak cocok dengan filosofi mengkonsumsi Islam, dimana Islam amat mencegah umatnya konsumsi benda dengan cara kelewatan. Islam mengarahkan umatnya biar berhemat serta menghasilkan duit cocok dengan keinginan bukan sebab keinginan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Riset ini memakai pendekatan kualitatif. Tipe riset kualitatif ialah tipe - tipe riset yang bertabiat deskriptif serta mengarah memakai analisa yang mendalam. Cara serta arti yang ditonjolkan dalam riset kualitatif ini mempunyai alas filosofi yang digunakan selaku pembimbing supaya fokus riset cocok dengan kenyataan di alun - alun.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Waktu penelitian dimulai pada bulan oktober 2021 sampai juni 2022.

Analisis Data

1. Pengumpulan Data

Pada riset kualitatif, cara pengumpulan informasi dicoba saat sebelum riset, pada dikala riset, serta di akhir riset Creswell menganjurkan kalau riset kualitatif hendaknya telah berasumsi serta melaksanakan analisa kala riset kualitatif terkini diawali. Dalam Riset ini, pengarang melaksanakan pengumpulan informasi dengan mewawancarai salah satu mahasiswi yang mempunyai watak sikap konsumtif dalam membeli produk mode syariah.

2. Informasi *Reduction* (Pengurangan Informasi)

Mereduksi informasi berarti merangkum, memandang keadaan yang utama, mementingkan pada keadaan yang berarti, dicari tema serta polanya dan membuang yang tidak butuh. Dengan begitu informasi yang sudah direduksi hendak membagikan cerminan yang lebih nyata, serta memudahkan riset buat melaksanakan pengumpulan informasi berikutnya, serta mencari apabila dibutuhkan.

3. Penyajian Data

Dalam riset kualitatif penyajian informasi bisa dicoba dalam wujud diagram, serta sejenisnya. Lewat penyajian informasi itu sehingga informasi terorganisasikan tertata dalam pola ikatan alhasil hendak terus menjadi gampang dimengerti.

4. Pencabutan Kesimpulan Serta Verifikasi

Kesimpulan dini yang dikemukakan sedang bertabiat sedang, serta hendak berganti apabila tidak ditemui bukti - bukti yang kokoh yang mensupport pada langkah pengumpulan informasi selanjutnya. Namun bila kesimpulan yang ditemui pada langkah dini di bawa oleh bukti - bukti yang asi serta tidak berubah - ubah dikala riset balik kelapangan mengakulasi informasi, sehingga kesimpulan yang dikemukakan ialah kesimpulan yang andal. Kesimpulan pula mengerjakan serta meringkas supaya lebih kilat melalui pandangan riset. Dan gimana menulis dari hasil penemuan yang dikemukakan oleh riset. Riset wajib bisa menarik kesimpulan dengan cara nyata mengenai kenapa sikap

mahasiswa dalam membelik produk mode bisa bersikap konsumtif serta gimana mahasiswa tidak bersikap konsumtif dalam membeli produk fashion.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada riset ini mahasiswa bidang ekonomi fakultas ekonomi serta bidang usaha islam negara sumatera utara mempunyai Kerutinan dalam melaksanakan pembelian produk mode semacam anak belia pada biasanya. Dalam ulasan ini, periset berdialog mengenai produk mode pada mahasiswa bidang ekonomi negara sumatera utara. Bagi periset 48 poin akur kalau mode mempunyai tujuan penting ialah cocok anutan agama Islam

Produk mode amatlah banyak, antara lain merupakan busana, make up, tas, sepatu, perlengkapan, serta lain serupanya yang bermaksud selaku cagak performa. dimana ada 5 poin berependapat kalau mode Dengan memikirkan balik apakah produk cocok dengan mode kita. Apakah produk dapat menutupi aurat kita. Apakah bahannya tebal ataupun tidak terawang.

Bagi Periset 10 poin ialah dengan metode menyudahi buat membeli produk mode syariah ialah dgn mencermati prinsip- prinsip bawah dalam membeli produk itu, misalnya kita membeli produk itu sebab kita betul- betul menginginkan ataupun cuma sebab kita mau saja. bila kita betul- betul membutuhkannya bisa saja kita membelinya, namun bila kita cuma mau tetapi tidak membutuhkannya lebih bagus tidak harus dibeli dahulu. serta terdapat 8 poin ialah dengan metode pahami diri sendiri selaku seseorang yg mengerti hendak syariat. Gimana Islam menarangkan ketentuan- ketentuan hal metode berpakaian antara pria serta wanita. Kedua, memilih busana yg cocok dengan keinginan Ketiga, belilah busana cocok dengan budget yang terdapat. Perihal ini buat meminimalisir keroyalan ataupun mengirit pengeluaran.

Bagi periset 10 orang berkata kalau Produk mode syariah pakaian perempuan muslimah sudah menjalar ke bumi mode dalam negara serta luar negara. Mempunyai banyak alterasi bentuk dengan kombinasi pakaian yang senantiasa tidak melanggar syariat Islam. Ini membuat stigma terkini di mana busana muslimah tid aksaja itu- itu saja. Saat ini konsep baju tertutup lebih modern serta tidak tertinggal era. Para produsen juga pula telah banyak yang menjual produk buat pakaian mukmin. Terdapat sebagian perihal yang dapat kalian cermati buat memilah pakaian mukmin yang bagus, aman, serta pula fashionable. Terdapat 10 orang Samakan mode syariah yg gimana yg bagi kamu sesuai dengan diri sendiri, serta memanglah cocok anutan agama Islam serta terdapat 5 orang yang berkata Menyudahi buat membeli produk syriah, terlebih dulu aku membenarkan apakah bahannya pipih atau menerawang dan modelnya yang menawan. Kadangkala pula korban *spill*.

Selaku seseorang mahasiswa bidang ekonomi negara sumatera utara pasti kebanyakan mahasiswa pada dikala melaksanakan aktivitas tiap hari khususnya melaksanakan aktivitas kuliah di kampus senantiasa memakai busana mukmin serta tertutup. Pada dikala memakai busana mukmin dilingkungan kampus ialah sesuatu

keinginan yang harus serta memanglah sepatutnya dilaksanakan. Hendak namun tidak hanya selaku keinginan pula selaku kemauan. Periset siuman kalau tiap mahasiswa mempunyai karakter tiap- tiap, semacam bentuk busana yang berbeda- beda.

Para mahasiswa bidang ekonomi melaksanakan pembelian produk mode diberbagai tempat semacam di gerai- gerai, di pasar modern, di pasar malam, di online shop serta berbegai tempat yang lain yang memanglah sediakan produk mode yang di cari para poin. Pada dikala membeli produk itu sempat menyesal kala membeli sesuatu produk mode dengan alibi semacam produk mode yang dalam perihal ini merupakan busana yang tidak cocok dengan apa yang diperlihatkan difoto disebabkan memesan lewat online shop, busana yang dibeli kesempatan serta tidak sesuai. Sikap mengkonsumsi pada mahasiswa IAIN Palangka Raya dipengaruhi oleh sebagian aspek yang mana ada 10 poin yang dipengaruhi dalam berprilaku pelanggan oleh diri sendiri ataupun karakter sebaliknya 32 poin yang lain dipengaruhi oleh sahabat disekitarnya.

Periset mencermati kalau mahasiswa bidang ekonomi mempunyai sikap konsumtif tidak hanya disebabkan sebab desakan kemauan nyatanya pula didorong sebab style hidup mahasiswa yang mau senantiasa tampak menarik, modern, serta berlainan dari yang lain alhasil buat menciptakan perihal itu mereka mengkonsumtif benda bukan bersumber pada khasiat lagi melainkan symbol yang ditimbulkan dari konsumtif itu. Bagi periset 5 poin berkata kalau mereka membeli benda itu sebab lucu serta 10 poin berkata sebab benda itu baik, Kemauan yang sangat kokoh pada dikala khusus hendak jadi penganjur ataupun motivator yang mengerakkan seorang buat bersikap kearah tercapainya tujuan. Dikala perihalnya dengan orang pada biasanya, pakaian, pangan, serta kediaman ialah keinginan mahasiswa kost yang sangat penting. Pelampiasan keinginan orang biasanya dilaksanakan bersumber pada tingkatan prioritasnya. Bila keinginan utama awal sudah terkabul, sehingga orang hendak berupaya unuk penuhi keinginan utama berikutnya. Tetapi kadangkala dalam pelampiasan keinginan utama mahasiswa bersikap berlebih-lebihan alhasil apa yang disantap tidak bersumber pada keinginan lagi tetapi kemauan dari diri.

Area pergaulan seangkatan efisien pula dalam memastikan sikap pelanggan. semacam poin mereka dipengaruhi sahabat sebab mereka memandang mahasiswa berperforma aksi, sehingga tidak sahabat yang yang lain pula hendak turut terbawa- bawa buat bersikap semacam temannya, mengkonsumsi di mari diibaratkan adat yang sudah melembaga.

Periset mencermati kalau 10 poin sebab memandang terdapat discount ataupun promo yang lumayan besar Umumnya bila kita dapat meihat sesuatu tren yang lagi terkini, dapat diamati dari performa produk ataupun dari iklan- iklan disana hendak kita amati mana yang tren terkini serta umumnya promosi hendak menarik pelanggan buat membeli sesuatu produk yang dipamerkan. alat ini sanggup membuat persepsi seorang hal suatu. Tiap bahasa dalam alat memiliki makna yang memastikan pemahaman seorang kepada apa yang diterimannya melalui alat itu. Data yang dikirim tertata dalam kode- kode social yang bisa dimengerti oleh penerimannya. Sepanjang ini promosi memanglah

dipercayai memiliki akibat yang lumayan kokoh dalam ajak para pelanggan buat membeli sesuatu produk yang diiklankan. Mahasiswa umumnya gampang terbuju rayuan promosi, senang ikut-ikutan sahabat, tidak realistis, serta mengarah abur dalam memakai uangnya (Tambunan, Mahasiswa yang jauh dari kota absorpsi data pula berbedadengan mahasiswa yang berawal dari kota. keterbatasan fasilitas menyebabkan terhambatnya suatu sistem data dari luar buat masuk. misalnya jejaring social ini sudah menjangkit warga dari seluruh susunan serta baya. Tetapi, pada faktanya kemajuannya tiap wilayah berlainan, yang dari kota kota besar apa yang di informasikan melalui alat sosial hendak cepat.

Periset mencermati kalau 8 poin Sebab menginginkan benda itu serta 10 poin biayanya terjangkau serta modelnya baik, Besarnya duit yang diserahkan oleh orang berumur mahasiswa bidang ekonomi, sebab selaku mahasiswa belum mempunyai pemasukan tertentu. Besar kecilnya duit kantong yang diserahkan oleh orang berumur dipengaruhi oleh besar kecilnya pemasukan orang berumur. Keluarga yang mempunyai pemasukan besar hendak diiringi dengan pengeluaran yang besar pula, sebab pada dasarnya keinginan orang itu tidak terbatas alhasil senantiasa serta senantiasa berupaya memnuhi keinginan mereka. aspek ekonomi keluarga ialah aspek yang sangat besar kepada sikap konsumtif mahasiswa. Duit kantong yang diserahkan oleh orang berumur terkait dari pemasukan orang tua itu sendiri. Pemberian duit kantong yang kelewatan serta tidak terdapatnya pengawasan ini yang kerap mengaibatkan mahasiswa bersikap konsumtif.

Periset mencermati berpikiran kalau mereka kala bertamu ke suatu toko atau mall mereka hendak membeli benda cocok dengan kemauan mereka ataupun sebab benda itu lucu bukan Sebab keinginan serta di mari dapat bisa pengaruhi sikap konsumtif mahasiswa bidang ekonomi Islam merupakan mereka mengarah membeli atau konsumsi produk (benda serta pelayanan) sebab penampilannya yang menarik, membeli atau konsumsi produk untuk melindungi performa diri serta gengsi, serta membeli produk atas estimasi harga (bukan atas bawah khasiat ataupun khasiatnya) serta dari statment itu terdapat dekat 31 responden.

Akibat sikap konsumtif untuk mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha islam bidang ekonomi mereka lebih mementing kemauan mereka sendiri buat membeli benda dari pada mereka mempertimbangkan keinginan buat kedepannya.

Bersumber pada hasil riset dengan cara totalitas bahwasannya sikap mengkonsumsi yang dicoba oleh mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha islam Sumatera utara bidang ekonomi belum seluruhnya cocok dengan sikap mengkonsumsi bagi perspektif ekonomi Islam. Yang mana mengkonsumsi yang dicoba oleh mahasiswa mengarah membuktikan sikap yang konsumtif. Sikap konsumtif ini merupakan aksi membeli benda yang kurang ataupun tidak diperhitungkan alhasil karakternya jadi kelewatan. Pola sikap konsumtif yang diartikan merupakan pembelian serta pelampiasan keinginan yang lebih memprioritaskan aspek kemauan dari keinginan serta mengarah dipahami oleh ambisi serta kebahagiaan semata.

Mengonsumsi pada hakikatnya merupakan menghasilkan suatu dalam bagan penuh keinginan. Mengonsumsi mencakup kebutuhan, kebahagiaan serta keglamoran. Kebahagiaan serta keglamoran diperbolehkan asal tidak kelewatan ialah tidak melewati batasan yang diperlukan.

Seseorang mukmin buat menggapai tingkatan kebahagiaan wajib memikirkan sebagian perihal ialah benda yang disantap merupakan halal, bagus dengan cara zatnya ataupun metode memperolehnya, tidak berlagak israf (royal) serta tabzir (percuma). Oleh sebab itu, kebahagiaan seseorang mukmin tidak didasarkan pada banyak sekurang-kurangnya benda yang disantap, namun berapa besar angka ibadah yang diperoleh dari benda yang dikonsumsi itu.

Pada dasarnya tiap orang memiliki kecondongan bersikap konsumtif, hendak namun tidak seluruh dapat menyalurkannya. Mengonsumsi berlebih-lebihan ialah karakteristik khas warga yang tidak memahami Tuhan dikutuk dalam Islam serta diucap dengan Ishraf (inefisiensi) ataupun tabzir (menghambur-hamburkan harta tanpa untuk). Serta perihal itu dilarang oleh Allah SWT.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bersumber pada hasil riset yang sudah periset uraikan itu, sehingga periset menarik sebagian kesimpulan selaku berikut :

1. Sikap konsumtif pada mahasiswa FEBI Uinsu bidang ekonomi islam bisa diamati tidak kelewatan, meski terdapat sebagian mahasiswa yang berlagak abur sedangkan yang lain berlagak alami. Ada yang sempat melaksanakan pembelian produk mode bersumber pada kemauan. Sebaliknya yang lain cuma membeli cocok dengan kebutuhan

2. Faktor-faktor konsumtif yang mendesak sikap mahasiswa FEBI Uinsu bidang ekonomi islam dalam membeli produk mode syariah antara lain merupakan, ekonomi, akibat sahabat atau area serta media

3. Akibat dari membeli produk mode syariah antara lain, kecemburuan social dampingi warga, membuat finansial terus menjadi berkurang, mempersempit kemauan buat menyimpan uang alhasil orang tidak berfikir hendak era depan mempertimbangkan era yang hendak tiba, membuat orang cuma mempertimbangkan dirinya sendiri serta tidak memandang kehidupan orang lain sebab padat jadwal mempertimbangkan keinginannya.

Saran

Bersumber pada keterbatasan serta kelemahan yang terdapat dalam riset ini, sehingga bisa dikemukakan sebagian anjuran yang bisa dipikirkan buat riset berikutnya, ialah :

1. Buat mahasiswa FEBI UINSU bidang ekonomi islam supaya lebih mencermati sikap mereka dalam mengonsumsi khususnya dalam pembelian produk mode. Sebab sedang terdapat ataupun sedang banyak mahasiswa yang melaksanakan pembelian produk mode

dengan cara kelewatan yang cuma bersumber pada kemauan bukan bersumber pada keinginan.

2. Buat mahasiswa FEBI UINSU bidang ekonomi islam, selaku kalangan milenial yang akrab kaitannya dengan konsumen jejaring internet, hendaknya lebih pada mencari konten yang cocok keinginan, serta memakai keringanan di masa digital dengan lebih bijaksana lagi supaya pengumpulan ketetapan membeli- beli lebih efisien serta berdaya guna.

3. Buat riset berikutnya, diharapkan bisa menaikkan rujukan serta meluaskan ruang lingkup riset alhasil bisa didapat hasil yang lebih bagus lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B. N. (2019). *Analisis Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik pada Remaja Putri* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Abdul Mannan Omar\ . (2005). *Dicittionary of the holy Qur'an*
- Al-Isfahani, A.R. (1992). Mufradat alfaz al quran. Dar Al-Qalam (Damascus).*
- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Diterbitkan oleh Yayasan Insan Kamil bekerjasama dengan Penerbit Pustaka Pelajar.
- Auliya, L. (2017). *PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP KONSUMTIF MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWI PGRA IAIN PURWOKERTO)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Coleman, J. S. (2011). *Dasar-Dasar Teori Sosial: Referensi bagi Reformasi, Restorasi dan Revolusi. Bandung: Nusa Media.*
- Damiati,1.M.(2012).*Perilaku konsumen/Damiati,Luh Masdarini,Made Suriani,Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, Made Diah Angendari,* Depo:PT Rajagrafindo Persada.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi, 12*(1).
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul, 11*(01), 126900.
- Ibrahim, R. (2001). *Pembinaan perilaku sosial melalui pendidikan jasmani. Jakarta: Direktorat Jendral Olahraga.*
- Irmasari, D. (2010). *Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif. Ringkasan Skripsi.*

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 3 No 1 (2023) 93-103 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v3i1.2265

- Imawati, I., & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe- Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).
- Kartono Kartini,.(1980)Patologi Sosial : Kenakalan Remaja, (Jakarta: CV. Rajawali,)
- Loekamto, A. (2012). *Implementasi Technology Acceptance Modal (TAM) Dalam Online Shopping*.Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 1(3)
- Misanam, Munrokhim,dkk. *Ekonomi Islam Edisi I*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2008.
- Myers, D. G. (2012). Psikologi sosial. *Jakarta: Salemba Humanika*
- Nurachma, Y. A., & Arief, S. (2017). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA kesatrian 1 Semarang tahun ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2).
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Suyanto, B. (2014). *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi, di era masyarakat post-modernisme*, Prenada Media.
- Thamrin A.,dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: pt Rajagrafindo Persada.
- Wardhani, M. DA. (2009). *Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada rema putri*.
- Zebua, A. S., & Nurdjayadi, R. D. (2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
- Sa'diah, M. (2020). *Perilaku konsumen terhadap pembelian produk fashion pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dan mahasiswa Universitas Palangka Raya (UPR) dalam perspektif ekonomi islam* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Insani, L. N. (2017). *Perlaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Hanuning, S. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- Harahap, Isnaini. Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara. Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 3 No 1 (2023) 93-103 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v3i1.2265

Imsar, I. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada pakaian bekas (Monza) pasar melati Medan.