

**Pengaruh Tren Kuliner dan Tren Pakaian Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswi Universitas Mulawarman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020/2021)**

**Revana Eka Lestari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

**Abstrak**

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana tren kuliner dan tren pakaian mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi. Tren kuliner, seperti kafe estetik dan makanan kekinian, serta tren pakaian yang dipengaruhi oleh media sosial dan mode cepat, telah menjadi fenomena yang mencolok dikalangan generasi muda. Kedua tren ini menciptakan budaya konsumsi yang didorong oleh keinginan untuk tampil sesuai dengan standar sosial dan estetika terkini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tren kuliner dan tren pakaian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2020/2021. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Teknik sensus. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi ordinal. Hasil penelitian ini menunjukkan tren kuliner berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Sedangkan variable tren pakaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

**Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Tren Kuliner dan Pakaian, Mahasiswi**

***The Influence of Culinary and Fashion Trends on Consumptive Behavior from the Perspective of Islamic Economics (Study on Female Students of Mulawarman University, Faculty of Economics and Business, Sharia Economics Program, Class of 2020/2021)***

**Abstract**

*This study explores how culinary trends and clothing trends influence the consumptive behavior of female college students. Culinary trends, such as aesthetic cafes and contemporary food, as well as clothing trends influenced by social media and fast fashion, have become striking phenomena among the younger generation. These two trends create a culture of consumption driven by the desire to appear in accordance with the latest social and aesthetic standards. The purpose of this study was to determine whether culinary trends and clothing trends affect the consumptive behavior of Sharia Economics students in the class of 2020/2021. This research is quantitative research. The data source used is primary data obtained from the result of distributing questionnaires via google form. The data collection technique was carried out using census technique. The data analysis technique used is ordinal regression analysis. The results of this study indicate that culinary trends have a negative and insignificant effect on the consumptive behavior of female students. While the dress trend variable has a positive and significant effect on the consumptive behavior of female students.*

**Keywords: Consumptive Behavior, Culinary Trend and Dressing, College Student**

Copyright © 2023 Revana Eka Lestari

Corresponding Author

Email Address: revanaekalestari@gmail.com

**PENDAHULUAN**

Memanfaatkan informasi dari media sosial secara maksimal telah menjadi hal yang sangat vital dalam mendukung berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk mendapatkan informasi, berbelanja, dan menjelajahi ragam kuliner. Pertumbuhan yang cepat dalam tren kuliner sejalan dengan aktifnya generasi milenial yang menggunakan media sosial. Fenomena kuliner adalah istilah umum yang mencakup ide dan perubahan dalam dunia kuliner. Hal yang serupa terjadi pada kuliner yang terus mengalami perkembangan dan transformasi. Potensi pertumbuhan industri makanan di Indonesia cukup signifikan, sebab permintaan pasar yang meningkat sejalan dengan kenaikan daya beli dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia (Kurniawan, 2017).

Saat ini banyaknya perkembangan tren fesyen juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk memiliki produk. Tren yaitu hal yang sedang naik daun dan sesuatu yang banyak diminati banyak orang. Tren juga berperan dalam mempengaruhi konsumsi. Jika seseorang mempunyai produk yang sesuai dengan perkembangan zaman atau produk yang sedang naik daun maka seseorang tersebut memiliki kepuasan tersendiri.

Mahasiswi termasuk kelompok remaja banyak yang berperilaku konsumtif (Muh, 2016). Seperti yang terjadi pada mahasiswa terkhusus mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020/2021. Berdasarkan observasi fenomena yang ditemukan bahwa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2020/2021 sepatutnya menggunakan uangnya untuk membeli perlengkapan yang dibutuhkan untuk keperluan kuliah dan kebutuhan kehidupan perkuliahannya.

Dalam pengamatan terhadap beberapa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2020/2021, terdapat mahasiswi yang terpengaruh dengan tren kuliner dan tren fesyen pakaian yang ada di media sosial, mall, bahkan dipasar sekalipun dan juga terdapat mahasiswi yang tidak terpengaruh karena kondisi yang tidak memungkinkan mengikuti hal tersebut dan terbiasa melihat sesuatu yang dipakai maupun yang dibeli oleh teman sekampusnya

Berikut ini table pra survey tren kuliner berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Universitas Mulawarman, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Islam:

**Tabel 1.1** Pra survey variabel trend kuliner

No.	Nama Mahasiswi	Angkatan	Berprilaku Konsumtif akibat Tren Kuliner	
			Ya	Tidak
1.	I.N.H	2020	✓	
2.	N. A. O	2020	✓	
3.	N. T. S	2020		✓
4.	R	2020	✓	
5.	P. A	2020		✓
6.	F. M	2021	✓	
7.	R. A	2021	✓	
8.	E. N. H	2021		✓
9.	S. M	2021	✓	
10.	I. A. S	2021	✓	

*Data diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel 1.1 tren kuliner, terdapat fenomena yang dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Universitas Mulawarman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Islam 2020/2021 terindikasi berpotensi untuk berperilaku konsumtif akibat dari perkembangan teknologi belanja online dan banyaknya iklan promosi kuliner yang ada *platform* yang cepat menyebar dan mempengaruhi pola hidup mereka.

Selanjutnya berikut table pra survey Tren pakaian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Universitas Mulawarman, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam:

**Tabel 1.2** Pra survey variabel Trend Pakaian

No.	Nama Mahasiswi	Angkatan	Berprilaku Konsumtif akibat Tren pakaian	
			Ya	Tidak
1.	I. N. H	2020	✓	
2.	N. A. O	2020	✓	
3.	N. T. S	2020		✓
4.	R	2020	✓	
5.	P. A	2020	✓	
6.	F. M	2021	✓	
7.	R. A	2021		✓
8.	E. N. H	2021		✓
9.	S. M	2021		✓
10.	I. A. S	2021	✓	

*Data diolah peneliti, 2024*

Dari hasil table 1.2, terdapat fenomena yang dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswi di fakultas ekonomi dan bisnis Prodi Ekonomi Islam 2020/2021 tertuju berpotensi untuk berperilaku konsumtif yang lebih tinggi akibat melihat atau tertarik dengan tren fesyen yang ada di media sosial. Padahal mereka sadar bahwa benda atau produk yang mereka beli semata mata hanya untuk memenuhi gaya hidup, gengsi, dan ketertarikan terhadap barang atau produk viral tersebut.

**METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan angka dan statistik untuk mengumpulkan serta menganalisis data yang diukur dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Universitas Mulawarman yang berada di Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

**Populasi Penelitian**

Sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Mulawarman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020/2021 berjumlah 115 orang.

**Sampel penelitian**

Pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik sensus Responden yang dipertimbangkan sebagai sampel dalam penelitian ini:

- A. Mahasiswi yang melakukan pembelian impulsif.
- B. Mahasiswi yang mengikuti tren secara berlebihan.
- C. Mahasiswi aktif Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2020/2021.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner kepada seluruh responden dengan dengan pertimbangan kriteria responden yang telah ditentukan diatas dari seluruh populasi mahasiswi Angkatan 2020/2021 sebanyak 115 orang sebanyak 53 mahasiswi.

**Sumber data**

Data dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer, Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner kepada seluruh responden dengan dengan pertimbangan kriteria responden yang telah ditentukan diatas dari seluruh populasi mahasiswi Angkatan 2020/2021 sebanyak 115 orang.

**Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket untuk memastikan keakuratan data.

**Skala analisis data**

Alat pengumpulan data menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yaitu analisis ordinal dengan metode non-parametrik. Uji yang digunakan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini:

**Uji instrumen**

Uji validitas dapat berupa uji statistik untuk menilai seberapa tepat pertanyaan atau item terhadap variabel yang diteliti. Teknik uji validitas menggunakan korelasi *product moment Pearson*, dimana setiap skor pada tiap item dikaitkan dengan skor keseluruhan dari semua item yang ada. Skor total item diperoleh melalui perjumlahan seluruh nilai pada setiap item (Basuki dan Prawoto, 2016).

Uji reliabilitas dapat menjadi strategi atau pengujian untuk menilai ketepatan alat/instrumen. Penelitian ini kualitas menggunakan strategi one shot, yakni di mana pengukuran dilakukan satu kali, dan Hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau hubungan antara jawaban pertanyaan. SPSS memberikan sarana untuk mengukur kualitas dengan hasil tes *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2016). Suatu instrumen dikatakan dapat reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$ .

**Uji hipotesis**

Uji t atau parsial menguji variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini melihat penerimaan/penolakan teori dengan nilai  $\alpha = 0,05$  dan mencari derajat peluang (df) penghargaan dengan persamaan (df = n-k), dimana df = 53-3 = 50 maka nilai t tabel = 2,009

Uji F atau simultan mensurvei pengaruh secara umum variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hal ini dapat diperjelas melalui analisis (ANOVA) dengan menggunakan SPSS

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pengujian dan hasil analisis data**

**Hasil uji validitas tren kuliner**

No. item	Person Correlation	Table 5%(53) Df=53-2	Sig.	Keterangan
VAR1X1	0,552	0,228	0,000	Valid
VAR1X2	0,458	0,228	0,001	Valid
VAR1X3	0,746	0,228	0,000	Valid
VAR1X4	0,514	0,228	0,000	Valid
VAR1X5	0,606	0,228	0,000	Valid
VAR1X6	0,677	0,228	0,000	Valid
VAR1X7	0,292	0,228	0,034	Valid
VAR1X8	0,202	0,228	0,146	Tidak Valid

*Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024*

Berdasarkan tabel 4.6, hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 8 item pernyataan mengenai tren kuliner, 7 item dinyatakan valid dan 1 item tidak valid. Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi  $< 0,05$  dan dimana r tabel (0,228 untuk n-2=51)  $>$  dari pada nilai r hitung yang dapat ditemukan dalam tabel korelasi person.

**Hasil uji validitas tren pakaian**

No. item	Person Correlation	Tabel 5%(53) Df=53-2	Sig.	Keterangan
VAR2X1	0,844	0,228	0,000	Valid
VAR2X2	0,795	0,228	0,000	Valid
VAR2X3	0,844	0,228	0,000	Valid
VAR2X4	0,826	0,228	0,000	Valid
VAR2X5	0,677	0,228	0,000	Valid
VAR2X6	0,671	0,228	0,000	Valid

VAR2X7	0,630	0,228	0,000	Valid
VAR2X8	0,620	0,228	0,000	Valid
VAR2X9	0,179	0,228	0,201	Tidak Valid
VAR2X10	0,235	0,228	0,090	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 10 item pernyataan mengenai tren pakaian, 9 item dinyatakan valid dan 1 item tidak valid. Ini berdasarkan pada nilai signifikansi  $< 0,05$  dan kriteria dimana  $r$  tabel ( $0,228$  untuk  $n-2=51$ )  $> r$  hitung yang dapat ditemukan dalam tabel korelasi person.

**Hasil uji validitas perilaku konsumtif**

No. item	Person Correlation	Tabel 5%(53) Df=53-2	Sig.	Keterangan
VARY1	0,815	0,228	0,000	Valid
VARY2	0,874	0,228	0,000	Valid
VARY3	0,509	0,228	0,000	Valid
VARY4	0,841	0,228	0,000	Valid
VARY5	0,800	0,228	0,000	Valid
VARY6	0,561	0,228	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.8, hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 6 item pernyataan mengenai perilaku konsumtif, semuanya dinyatakan valid. Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi yang  $< 0,05$  dan kriteria dimana  $r$  tabel ( $0,228$  untuk  $n-2=51$ )  $>$  yang dapat ditemukan dalam tabel korelasi person.

**Hasil uji reliabilitas**

Variabel	N	Koefisien Cronbach,s Alpha	Keterangan
Tren Kuliner (X1)	9	0,717	Reliabel
Tren Pakaian (X2)	11	0,760	Reliabel
Perilaku Konsumsi (Y)	7	0,787	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.9, hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* untuk variabel tren kuliner (X1), tren pakaian (X2), dan perilaku konsumtif (Y) adalah 0,717, 0,760, dan 0,787 secara berturut-turut. Hal ini menunjukkan bahwa reliabilitas variabel yang digunakan dalam penelitian ini sangat tinggi.

**Hasil uji koefisien determinasi (R2)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,688 <sup>a</sup>	0,473	0,452	3,30022
a. Predictors: (Constant), Tren Kuliner, dan Tren Pakaian				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil pengujian data nilai koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,473 atau 47,3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variable tren kuliner dan tren pakaian memberikan kontribusi yang sangat tinggi sebesar 47,3% sedangkan 52,7% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hasil uji F atau simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	489,240	2	244,620	22,460	,000 <sup>b</sup>
Residual	544,571	50	10,891		
Total	1033,811	52			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					
b. Predictors: (Constant), Tren Kuliner, dan Tren Pakaian					

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa Fhitung (22,460 > 3,183) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima karna kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tren kuliner dan tren pakaian mahasiswa berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif.

**Hasil uji T atau parsial**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,242	4,517		0,053	0,958
TOTALV1X	-0,060	0,153	-0,046	-0,393	0,696
TOTALV2X	0,563	0,092	0,708	6,093	0,000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS 23.0, 2024

Berdasarkan dari hasil tabel 4.12 maka persamaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:  $Y = (0,242) + -0,060 + 0,563 + \epsilon$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai thitung untuk variabel tren kuliner adalah -0,393 dengan nilai signifikansi sebesar 0,696, sedangkan t tabelnya adalah 2,009. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, dapat diartikan bahwa variabel tren kuliner memiliki pengaruh negatif secara parsial yang tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, Ho diterima dan Ha ditolak. Koefisien regresi untuk tren kuliner adalah -0,060.
- 2) Nilai thitung pada variable tren pakaian sebesar 6,093 nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan t tabel 2,009. Karena t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil 0,05 yang diartikan tren pakaian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Koefisien regresi tren pakaian sebesar 0,563.

**Pembahasan**

**Pengaruh Tren Kuliner Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian pada Mahasiswa Universitas Mulawarman Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2020/2021 dapat diketahui bahwa tren kuliner mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tren kuliner dalam membeli makanan yang terlalu berlebihan bukanlah hal yang baik selain dapat menimbulkan penyakit juga mubadzir makanan. Hal ini terlihat dari uji t bahwa tren kuliner mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan nilai

Beta sebesar -0,046. Hal ini tentunya sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam dimana Islam mengajarkan bahwa dalam mengonsumsi makanan dan minuman dengan tujuan menjaga kesehatan tubuh agar dapat beribadah kepada Allah SWT dan bukan tujuan untuk mencapai kelezatan dalam mengonsumsi makanan dan minuman secara berlebihan sesaat sehingga dapat menyisakan makanan dan mubadzir.

#### **Pengaruh Tren Pakaian terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa tren pakaian berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja pakaian. Dengan nilai koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,473 atau 47,3%. Dengan nilai uji F 22,460 > 3,183 nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dan dengan nilai uji t 6,093 dengan nilai signifikansinya 0,000. Sehingga membuktikan bahwa tren pakaian berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa. Tentunya hal ini tidak sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-Furqon ayat 67, orang mukmin adalah mereka tidak boros dan tidak kikir. Sifat boros pasti membawa perilaku yang buruk dan merusak pada masyarakat.

#### **SIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah tentang tren kuliner dan tren pakaian terhadap perilaku konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman angkatan 2020/2021) sebagai berikut:

1. Tren kuliner berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah FEB Universitas Mulawarman 2020/2021.
2. Tren pakaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah FEB Universitas Mulawarman 2020/2021.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. R. (2015). Metode penelitian kuantitatif.
- Al Ghazali (2023), *Ihya' Ulumuddin*, jilid 3, *Terj: Ismail Yakub, C.V. Faizan, Jakarta*.
- Amari, R. O. (2023). Perilaku konsumtif mahasiswa terhadap *trend fashion* masa kini menurut ekonomi Islam.
- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Aulia, U. (2018). Tinjauan Maqasid Syari'ah Terhadap Penyajian Makanan yang Dihias dengan Serbuk Emas. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 10(1), 91–113.
- Azizah, M., & Aryanti, S. (2023). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Trend Fashion Pada Mahasiswa Ekonomi Di UKSW. 8(3), 235–254.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). Trend Fashion. *NBER Working Papers*, 1(Viii), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Cholilalah, Rois Arifin, A. I. H. (2015). Tinjauan Perencanaan dan Perancangan sebuah Pusat Kuliner Khas Semarang berkonsep *Citywalk* di Kawasan Pemuda Semarang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 82–95.
- Effendi, U. (2016). Psikologi konsumen (A. R. Batubara (ed.); 1st ed.). Rajawali
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, K. S., & Nurulrahmatiah, N. (2020). *Hedonic Motives and Fashion Trends in Decisions to Purchase Veil Clothes*. 465(Access 2019), 139–141. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.036>

- Idris, D. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 638–647. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Irayanti Tambunan, Rustam, J. A. (2023). Pengaruh Trend Muslimah Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2(2), 485–498.
- Jollyn, & Basaria, D. (2023). The Correlation Analysis Between Impulsive Buying Behavior and Subjective Well-Being in Young Adults. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 310–317.
- Kementerian perindustrian. (2022). *INDONESIA PERTAHANKAN POSISI KEEMPAT DALAM SGIE 2022*. <https://halal.kemenperin.go.id/indonesia-pertahankan-posisi-keempat-dalam-sgie-2022/>
- KHAIRANI, Y. (2021). *Fenomena Mukbang Dalam Perspektif Al-Qur'an Menurut Wahbah Az-Zuhali*. 18.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Lukman, L., Sudradjat, A., & ... (2023). Pemanfaatan Digitalisasi Pada Industri Kreatif Sektor Kuliner Pasca Pandemi Covid-19. ... *Publikasi Hasil-Hasil ...*, 2(1), 273–288. <https://prosiding.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/70%0Ahttps://prosiding.borobudur.ac.id/index.php/1/article/download/70/63>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. *Jakarta : Erlangga*, 90. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf)
- MUH, H. (2016). PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL ANGKATAN 2016. 1–23.
- Musritha, R. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Pakaian Pada Mahasiswa Di Kota Solok. *Socio Humanus*, 3(1), 170–185. <http://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum>
- Pandini, D. I. (2023). Pengaruh Persepsi Uang Saku, Gaya Hidup Dan Intensitas Menonton Konten Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Di Purwokerto. 1–113. [https://repository.uinsaizu.ac.id/18429/1/Dwi Intan Pandini\\_Pengaruh Persepsi Uang Saku%2C Gaya Hidup Dan Intensitas Menonton Konten Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Di Purwokerto.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/18429/1/Dwi%20Intan%20Pandini_Pengaruh%20Persepsi%20Uang%20Saku%20Gaya%20Hidup%20Dan%20Intensitas%20Menonton%20Konten%20Terhadap%20Perilaku%20Konsumtif%20Pengguna%20Aplikasi%20Tiktok%20Pada%20Mahasiswa%20Di%20Purwokerto.pdf)
- Riana, I. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten

Bengkalis. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, h. 33-39.

- Setyawati, D. U., Korida, B. D., & Febrilia, B. R. A. (2020). Analisis Regresi Logistik Ordinal Faktor-Faktor yang Mempengaruhi IPK Mahasiswa. *Jurnal Varian*, 3(2), 65–72. <https://doi.org/10.30812/varian.v3i2.615>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Triwidayati, M. H. M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15, 1–24.
- Defung, F. (2014). Impact of banking deregulation on bank efficiency and productivity growth: Evidence from Indonesia (Doctoral dissertation, Curtin University).
- Hudayah, S. (2012). Pengetahuan Anggaran, Efektivitas Partisipasi dan Akuntabilitas dalam Hubungannya dengan Kepuasan Atas Pelaksanaan Anggaran Berbasis Kinerja Pengetahuan Anggaran, Efektivitas Partisipasi dan Akuntabilitas dalam Hubungannya dengan Kepuasan. *Jurnal Borneo Administrator*, 8(1).
- Kadafi, M. A. (2019, August). Evaluasi potensi kebangkrutan perusahaan pertambangan minyak dan gas bumi indonesia periode 2013-2015. In FORUM EKONOMI (Vol. 21, No. 2, pp. 154-164).
- Robiansyah, R. (2019). Kepemimpinan berorientasi fokus. *JURNAL MANAJEMEN*, 11(2), 203-211.
- Tricahyadinata, I., & Za, S. Z. (2017). An Analysis on the Use of Google AdWords to Increase E-Commerce Sales. SZ Za and I. Tricahyadinata (2017) *Int. J. Soc. Sc. Manage*, 4, 60-67.
- Tricahyadinata, I., Hamzah, D., Taba, M., & Hamid, N. (2015). The Relationship between Entrepreneurship Orientation, 4As, and SERVMO to Hotel Performance. Available at SSRN 2681154.
- Zainurossalamia, Z. A. S., Heksarini, A., & Sudarsono, S. (2018). The influence of eco-airport and mall-airport concepts and cultural display of East Borneo on visitors' satisfaction at Sultan Aji Muhammad Sulaiman Airport Balikpapan. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 2(74), 156-164.