

**KUTUBKHANAH**  
**Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan**  
P-ISSN1693-8186 P-ESSN 2407-1633

**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Etika Konsumsi Islam**

**Putriana**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
putriana@uin-suska.ac.id

**Abstrak**

Pada zaman sekarang ini, kecenderungan melakukan konsumsi untuk mendapatkan kesenangan diri sendiri, sifatnya yang boros dan mubazir. Kondisi perilaku konsumsi seperti ini sangat bertentangan dengan etika konsumsi, prinsip dan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap etika konsumsi Islam. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan alat analisis *SEM-Smart PLS*. Penelitian dilakukan terhadap 73 orang mahasiswa jurusan Akuntansi Angkatan Tahun 2022 dengan prosedur pengambilan sampel secara *proportional sampling*. Hasil penelitian ini adalah gaya hidup berpengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam. Gaya hidup dapat menjelaskan etika konsumsi Islam sebesar 14.6% dan memiliki hubungan yang lemah. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat dijadikan teori dalam bidang ilmu ekonomi Islam dan secara praktis mahasiswa harus melakukan pola konsumsi sesuai dengan aturan dan ajaran Islam yaitu sederhana, tidak mubazir, berdasarkan kebutuhan dan bermanfaat buat diri sendiri dan orang lain.

**Kata Kunci: Gaya Hidup dan Etika Konsumsi Islam**

**Pendahuluan**

Islam merupakan agama sempurna yang mengatur segala sendi kehidupan manusia. Setiap kegiatan dilakukan manusia mempunyai hukum dan aturan yang mengikat dan akan mengatur jalan hidup manusia untuk mencapai kebahagiaan didunia dan diakhirat. Hukum dan aturan dalam Islam mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT yang menciptakannya, hubungan sesama manusia dan hubungan manusia dengan alam yang diciptakan Allah SWT. Keseimbangan dan keselarasan hidup akan diperoleh dengan mematuhi dan melaksanakan semua hukum dan aturan yang berlaku sesuai dengan ajaran dan perintah agama.

Hukum dan aturan dalam Islam mengatur perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup termasuk kegiatan dalam mengkonsumsi. Konsumsi

dalam Islam merupakan pemanfaatan fungsi suatu barang dengan baik dan halal. Hal ini dapat memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan prinsip konsumsi yang sudah diatur dalam ekonomi Islam <sup>1</sup> dan menurut <sup>2</sup> konsumsi merupakan memanfaatkan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan yang diperoleh berdasarkan syariah Islam.

Konsumsi dalam Islam diatur dan ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadist yang tidak dapat dipisahkan dari etika, norma, akhlak dan berlaku secara umum sehingga konsumsi tidak mengganggu hak orang lain <sup>3</sup>. Etika konsumsi Islam maksudnya mematuhi hukum yang telah ditetapkan Allah SWT dalam mengkonsumsi atau mendapatkan barang dengan mengutamakan aspek *masalah* dan tidak boros untuk memperoleh *falah* <sup>4</sup>. Etika konsumsi dalam Islam harus halal, sederhana, sesuai dengan kebutuhan dan harus memberikan kebaikan dan manfaat (*masalah*) <sup>5</sup>. Menurut <sup>6</sup> tujuan konsumsi dalam Islam untuk mendapatkan *masalah*, mencapai *falah* dan memperoleh manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain

Pada zaman sekarang ini, konsumsi dilakukan untuk mendapatkan kesenangan diri sendiri, sifatnya yang boros dan mubazir. Perilaku konsumsi ini sangat bertentangan dengan etika konsumsi, prinsip dan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Fenomena ini terlihat dari gaya hidup masyarakat yang mengalami banyak perubahan dan variasi. Kecendrungan gaya hidup modern lebih kepada mengkonsumsi terhadap benda yang lagi trend, boros dan tidak bermanfaat. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa berbagai cara akan dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan yang terus meningkat <sup>7</sup>

Menurut <sup>8</sup> gaya hidup terlihat dari kegiatan sehari-hari hanya untuk mencari kesenangan dalam kehidupan, banyak menghabiskan waktu untuk

---

<sup>1</sup> Jenita and Rustam, "Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam," *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2017): 83.

<sup>2</sup> Ahmad Maulidizen, "Analysis of Islamic Consumption Ethics Critical Toward Causes of Corona Virus in Wuhan, China," *Al-Banjari : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman* 19, no. 2 (2020): 197, <https://doi.org/10.18592/al-banjari.v19i2.3488>.

<sup>3</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2011).

<sup>4</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, 1st ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

<sup>5</sup> Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2014).

<sup>6</sup> Anwar Liling, "Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim," *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2019): 71–91, <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>.

<sup>7</sup> Eka Sakti Habibullah, "Etika Konsumsi Dalam Islam," *Ad-Deenar* Vol 1, No (2018): 90–102, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30868/ad.v1i01.230>.

<sup>8</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).

bermain diluar rumah dan keinginan yang besar untuk menjadi pusat perhatian. Gaya hidup diartikan bagaimana seseorang mengekspresikan aktivitas dalam kehidupannya, minat yang dimilikinya dan opini orang lain terhadap dirinya<sup>9</sup>. Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menggunakan waktu, uang dan tenaga yang dimilikinya serta merepresentasikan nilai, rasa dan kesukaan<sup>10</sup>. Gaya hidup dipengaruhi oleh sifat yang sudah dimiliki sejak lahir, pengalaman masa lalu dan kondisi yang terjadi sekarang ini.

Realitanya, perilaku konsumsi yang bertentangan dengan etika Islam tersebut tidak hanya terjadi pada orang yang sudah dewasa saja tetapi juga terjadi dikalangan remaja yang belum mempunyai pendapatan<sup>11</sup>. Dalam penelitian<sup>12</sup> menyebutkan bahwa mahasiswa dikategorikan kepada konsumen remaja yang melakukan kegiatan konsumsi. Mahasiswa sangat tertarik untuk belanja barang yang lagi trend, jalan-jalan dan melakukan konsumsi tanpa rencana yang jelas<sup>13</sup>. Mahasiswa yang selalu mengikuti trend dalam konsumsi, akan menimbulkan perilaku konsumsi yang berlebihan<sup>14</sup> dan ini tentunya sangat bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

Penelitian mengenai gaya hidup sudah dilakukan oleh<sup>15</sup> yang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islami masyarakat produktif tetapi penelitian ini tidak mengkaji tentang etika konsumsi Islam dan

---

<sup>9</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2013).

<sup>10</sup> Hapsari Tengku Ezni & Setyowardhani, "Perilaku Konsumen" (Jakarta: Universitas Terbuka, 2014).

<sup>11</sup> Indah & Susilaningsih & Ivada Imawati, "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013," *Jupe UNS 2* No.1, no. 1 (2013): 48–58.

<sup>12</sup> Lisma & Haryono, "ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DITINJAU DARI MOTIF BERTRANSAKSI (STUDI KASUS PADA MAHASISWI S1 PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGGKATAN TAHUN 2012)," *Pendidikan Ekonomi* 09, no. 1 (2016): 40–46, <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i12016p040> ANALISIS.

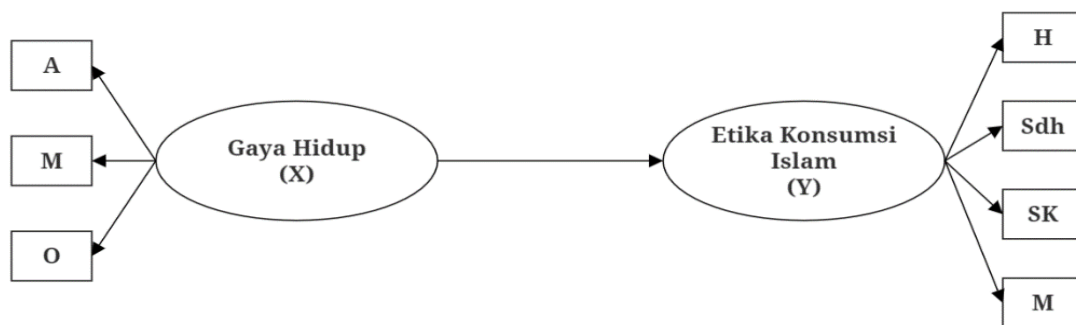
<sup>13</sup> Eva Oktafikasari and Amir Mahmud, "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif," *Economic Education Analysis Journal* 3, no. 1 (2017): 684–97.

<sup>14</sup> Putra Rano, "ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM (FSEI) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONTIANAK DALAM MENGIKUTI TREND FASHION (SEBUAH TELAHAH TEORI KONSUMSI ISLAM)," *Al-Maslahah* 13, no. 2 (2017): 247–66.

<sup>15</sup> Fauzan Bahamarianto Fajirin and Rachma Indrarini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya)," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 156–67, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p156-167>.

dilakukan terhadap masyarakat produktif. Kemudian, penelitian juga dilakukan oleh (Yuliany dan Rahmatia, 2020) yang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa. Namun, penelitian ini tidak mengkaji tentang etika konsumsi Islam dan dilakukan pada ketika kondisi *new normal*.

Perbedaan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian ini terdapat pada metode yang digunakan, variabel yang berbeda, lokasi, waktu dan sampel yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini perlu untuk dilakukan. Adapun penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap etika konsumsi Islam mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

A	= Aktivitas	H	= Halal
M	= Minat	Sdh	= Sederhana
O	= Opini	SK	= Sesuai Kebutuhan
		M	= Maslalah

Hipotesis dalam penelitian ini adalah gaya hidup berpengaruh terhadap etika konsumsi Islam.

## Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan alat analisis *SEM-Smart PLS*. Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan objek penelitian adalah mahasiswa jurusan Akuntansi Angkatan Tahun 2022. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan interview/wawancara dan menyebarkan angket/kuesioner secara tertulis kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2022 yang berjumlah sebanyak 269 orang mahasiswa. Teknik

pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Untuk menentukan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin dengan formula:

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

Dimana: n= Jumlah sampel  
 N= Jumlah populasi  
 e= % Kelonggaran penelitian

Berdasarkan formula tersebut dilakukan perhitungan besarnya jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{269}{1 + 269 (0,1)^2} = \frac{269}{3,69} = 72,89 = 73 \text{ orang mahasiswa}$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh besarnya sampel sebesar 73 orang responden dengan e sebesar 10%. Untuk data sekunder menggunakan pendekatan kepustakaan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu gaya hidup dan variabel terikat yaitu etika konsumsi Islam dengan tiga tahap pengujian yang dilakukan dimulai dari uji validitas, reliabilitas, model struktural dan hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

### Gambaran Umum Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	31.1%
Perempuan	51	69.9%
Uang Saku		
< Rp 750.000.-	46	63%
>Rp 750.000.-	73	37%

Sumber: Data Primer (Diolah)

Berdasarkan Tabel 1, responden terbanyak dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan yang berjumlah 51 orang (69,9%) dan mahasiswa laki-laki berjumlah 22 orang (31,1%). Responden berdasarkan uang saku yang diberikan oleh orang tua kurang dari Rp. 750.000.- sebanyak 46 orang mahasiswa (63%). Sedangkan untuk kelompok yang lebih dari Rp.750.000.- sebanyak 27 orang mahasiswa (37%).

### Pengujian *Outer Model* atau *Measurement Model*

Uji validitas terdiri dari *convergent validity*, *discriminant validity* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Uji *Convergent validity* dinyatakan valid apabila nilai *outer loading* > 0.5. Uji *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* yang dituju > nilai *cross loading* lainnya. Apabila nilai AVE > 0.5 dinyatakan valid.

Tabel 2 memperlihatkan nilai *outer loading* dengan setiap indikatornya > 0.5. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap indikator berpengaruh terhadap variabel latennya dan dinyatakan valid.

Tabel 2. Nilai *Outer Loading* Variabel Laten dengan Indikatornya

Variabel	Item Pernyataan	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Gaya Hidup (X)	X.3	0.788	Valid
	X.4	0.829	Valid
	X.6	0.848	Valid
Etika Konsumsi Islam (Y)	Y.3	0.712	Valid
	Y.4	0.780	Valid
	Y.5	0.875	Valid
	Y.6	0.879	Valid
	Y.7	0.648	Valid
	Y.8	0.791	Valid

Sumber: Data Primer (Diolah)

Tabel 3 terlihat nilai *cross loading* kontruk yang dituju > nilai *cross loading* kontruk lainnya dan memiliki *discriminat validity* yang baik sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel X dan Y dinyatakan valid.

Tabel 3. Nilai *Discriminant Validity* Variabel X dan Y

Item Pernyataan	Gaya hidup (X)	Etika Konsumsi Islam (Y)
X.3	<b>0.788</b>	-0,298
X.4	<b>0.829</b>	-0,296
X.6	<b>0.848</b>	-0,345
Y.3	-0.279	<b>0,712</b>
Y.4	-0,285	<b>0,780</b>
Y.5	-0.392	<b>0,875</b>
Y.6	-0.347	<b>0,879</b>
Y.7	-0.085	<b>0,648</b>
Y.8	-0.262	<b>0,791</b>

Sumber: Data Primer (Diolah)

Tabel 4 terlihat nilai AVE setiap kontruk > 0.5 dan setiap kontruk dalam model dinyatakan baik dan valid sehingga tidak ada pemasalahan dalam *convergent validity* yang diuji.

Tabel 4. Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Etika Konsumsi Islam (Y)	0.617
Gaya Hidup (X)	0.676

Sumber: Data Primer (Diolah)

Uji reliabilitas terdiri dari *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Pengujian dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* > 0.7 dan nilai *cronbach alpha* > 0.6. Pada Tabel 5 terlihat nilai *composite reliability* > 0.7 yang artinya semua konstruk memiliki *reliability* yang baik.

Tabel 5. Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Etika Konsumsi Islam (Y)	0.907
Gaya Hidup (X)	0.767

Sumber: Data Primer (Diolah)

Tabel 6 terlihat nilai *cronbach alpha* > 0.6 yang artinya semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 6. Nilai *Cronbach Alpha*

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
Etika Konsumsi Islam (Y)	0.878
Gaya Hidup (X)	0.761

Sumber: Data Primer (Diolah)

#### Pengujian *Inner Model* atau *Structural Model*

Uji koefisien determinasi (R-Square/ $R^2$ ) dilakukan dengan kategori penilaian  $R^2 = 0.67$  kategori kuat,  $R^2 = 0.33$  kategori moderat dan  $R^2 = 0.19$  kategori lemah. Tabel 7 menunjukkan nilai  $R^2$  variabel etika konsumsi Islam = 0.146 < 0.19 yang artinya variabel etika konsumsi Islam (Y) dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup (X) sebesar 14.6% sedangkan sisanya sebesar 85.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Hubungan antara variabel gaya hidup (X) dengan variabel etika konsumsi Islam (Y) memiliki hubungan yang lemah.

Tabel 7. Nilai *R Square (R<sup>2</sup>)*

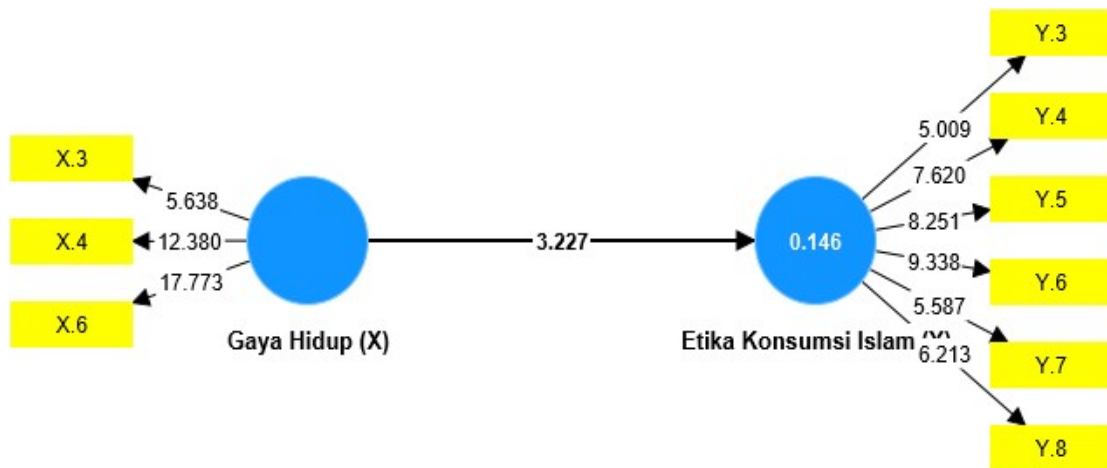
Variabel	<i>R Square</i>
Etika Konsumsi Islam (Y)	0.146

Sumber: Data Primer (Diolah)

Uji *prediction relevance (Q-Square/Q<sup>2</sup>)* dirumuskan dengan  $Q^2 = 1 - [(1 - R_1^2)]$ . Apabila nilai  $Q^2 > 0$  maka model yang digunakan dalam penelitian sudah memiliki relevansi prediktif. Nilai  $Q^2$  dalam penelitian ini = 0.021316 menunjukkan bahwa konstruk atau variabel laten dependen memiliki relevansi prediktif.

Uji *Goodness of Fit Index (GOF)* dengan melihat kriteria nilai  $GoF \geq 0.1$  kategori kecil,  $GoF \geq 0.25$  kategori medium dan  $GoF \geq 0.38$  kategori besar. Nilai Gof dalam penelitian ini sebesar 0.2606 yang termasuk kedalam kategori medium/edang. Dapat disimpulkan bahwa dari pengujian  $R^2$ ,  $Q^2$  dan GoF terlihat bahwa model yang dibentuk adalah robust sehingga pengujian hipotesa dapat dilakukan.

### Pengujian Hipotesis



Gambar 1 Model Struktural  
Sumber: Data Primer (Diolah)

Tabel 8. *Result for Inner Weight*

Variabel	Koefisien	T Statistik	P-Values
X -> Y	- 0.382	3.227	0.002

Sumber: Data Primer (Diolah)

Gambar 1 dan Tabel 8 terlihat nilai koefisien sebesar - 0.382 dengan sinifikansi  $< 0.05$  dan t statistik sebesar  $3.227 > t$  tabel 1.98. Nilai negatif menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam.

### Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Etika Konsumsi Islam

Hasil penelitian <sup>16</sup> menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islami masyarakat produktif. Gaya hidup konsumen muslim yang baik akan menyebabkan perilaku konsumsi konsumen muslim menjadi lebih

<sup>16</sup> Fajirin and Indrarini.



baik. Penelitian <sup>17</sup> juga menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa. Apabila mahasiswa mempunyai gaya hidup konsumtif maka akan semakin tinggi tingkat konsumsi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam. Apabila semakin rendah gaya hidup maka etika konsumsi Islam akan semakin baik. Dalam penelitian ini, gaya hidup dinyatakan dengan mengkonsumsi barang dengan mengikuti trend yang terbaru, merk terkenal dan ketertarikan terhadap iklan dari barang yang akan dikonsumsi. Disini terlihat kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi berdasarkan merk, model dan iklan yang disampaikan. Gaya hidup yang seperti ini sangat bertentangan dengan etika konsumsi Islam.

Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi barang secukupnya, tidak mubazir, sesuai kebutuhan dan tidak serakah. Larang untuk bersifat boros dalam konsumsi terdapat dalam Qur'an Surat Al Isra ayat 26 yang artinya "*Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghamburkan-hamburkan hartamu secara boros.*" Ayat ini menjelaskan bahwa dalam harta yang dimiliki ada hak orang miskin dan musafir yang membutuhkan dan sangat dilarang untuk menghamburkan harta untuk hal yang tidak bermanfaat dan secara berlebih-lebihan.

Dalam Islam, konsumsi yang dilakukan tidak melampaui batas kemampuan *financial* (*Israf*). *Israf* adalah pengeluaran pendapatan untuk hal yang tidak memberikan manfaat dan yang dilarang dalam aturan Islam <sup>18</sup>. Dalam Qur'an Surat Al Isra ayat 27 yang artinya "*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*" Dapat dipahami bahwa sifat boros dalam mengkonsumsi akan menjadikan rasa ketidakpuasan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan hal tersebut tidak disukai oleh Allah SWT dan bertentangan dengan ajaran Islam.

Konsumsi dalam Islam harus memberikan manfaat terhadap diri sendiri, orang lain, dunia dan akhirat. Untuk itu, barang yang dikonsumsi adalah barang yang halal sifat dan proses pembuatannya. Konsumsi barang harus memberikan manfaat dan kebaikan bagi diri sendiri dan orang lain. Dalam Qur'an surat Al Baqarah ayat 168 yang artinya "*Wahai manusia, makanlah sebagian makanan di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan.*

---

<sup>17</sup> Nur Yuliany and Rahmatia Rahmatia, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika Uin Alauddin Makassar," *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 6, no. 1 (2020): 12–20, <https://doi.org/10.35906/jep01.v6i1.464>.

<sup>18</sup> Jalaluddin and Abd. Kholik Khoerulloh, "Prinsip Konsumsi Dalam Islam : Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dan Non-Muslim Consumption Principles in Islam : A Review of Muslim and Non-Muslim Consumer Behavior," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 3, no. 2 (2020): 148–60.

*Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*” Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi segala sesuatu sesuai dengan hukum Islam dan memberikan manfaat bagi diri sendiri dan tidak merugikan orang lain.

## **Simpulan**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang diajukan, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap etika konsumsi Islam. Apabila semakin rendah gaya hidup maka etika konsumsi Islam akan semakin baik. Mahasiswa lebih cenderung melakukan konsumsi berdasarkan merk barang, model yang lagi trend dan iklan yang disampaikan. Gaya hidup yang seperti ini sangat bertentangan dengan etika konsumsi Islam. Dalam ajaran Islam mengkonsumsi barang secukupnya, tidak mubazir, sesuai kebutuhan, tidak serakah, sesuai dengan kemampuan *financial* dan bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

Implikasi teori dalam penelitian ini menjelaskan hubungan tentang gaya hidup terhadap etika konsumsi Islam. Untuk itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan bahan referensi dalam bidang ilmu ekonomi Islam. Sedangkan implikasi praktisnya diharapkan mahasiswa bisa mengendalikan diri dalam melakukan konsumsi. Mahasiswa harus meyakini bahwa kesuksesan seseorang dalam kehidupan bukan dilihat dari gaya hidup yang mengikuti trend dan mode yang terbaru tetapi manfaat dan faedah dari barang yang dikonsumsi. Sebagai seorang muslim, mahasiswa harus melakukan pola konsumsi sesuai dengan aturan dan ajaran Islam yaitu sederhana, tidak mubazir, berdasarkan kebutuhan dan bermanfaat buat diri sendiri dan orang lain. Keterbatasan penelitian ini terletak pada responden dan variabel yang diteliti. Untuk itu, disarankan untuk peneliti selanjutnya menjadikan mahasiswa pada fakultas lain sebagai responden dan menambahkan variabel pendapatan dan lingkungan.

## **Referensi**

- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*. 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Chaudry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Fajirin, Fauzan Bahamarianto, and Rachma Indrarini. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya).” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 156-67. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p156-167>.
- Habibullah, Eka Sakti. “Etika Konsumsi Dalam Islam.” *Ad-Deenar* Vol 1, No (2018): 90-102. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30868/ad.v1i01.230>.

- Imawati, Indah & Susilaningsih & Ivada. "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013." *Jupe UNS 2* No.1, no. 1 (2013): 48–58.
- Jalaluddin, and Abd. Kholik Khoerulloh. "Prinsip Konsumsi Dalam Islam : Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dan Non-Muslim Consumption Principles in Islam : A Review of Muslim and Non-Muslim Consumer Behavior." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis 3*, no. 2 (2020): 148–60.
- Jenita, and Rustam. "Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam." *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 2*, no. 1 (2017): 83.
- Liling, Anwar. "Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim." *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 1*, no. 1 (2019): 71–91. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>.
- Lisma & Haryono. "ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DITINJAU DARI MOTIF BERTRANSAKSI (STUDI KASUS PADA MAHASISWI S1 PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGKATAN TAHUN 2012)." *Pendidikan Ekonomi 09*, no. 1 (2016): 40–46. <https://doi.org/> <https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i12016p040> ANALISIS.
- Maulidizen, Ahmad. "Analysis of Islamic Consumption Ethics Critical Toward Causes of Corona Virus in Wuhan, China." *Al-Banjari: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman 19*, no. 2 (2020): 197. <https://doi.org/10.18592/al-banjari.v19i2.3488>.
- Oktafikasari, Eva, and Amir Mahmud. "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal 3*, no. 1 (2017): 684–97.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2011.
- Rano, Putra. "ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWI FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM (FSEI) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONTIANAK DALAM MENGIKUTI TREND FASHION (SEBUAH TELAHAH TEORI KONSUMSI ISLAM)." *Al-Maslahah 13*, no. 2 (2017): 247–66.
- Sangadji & Sopiah, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Tengku Ezni & Setyowardhani, Hapsari. "Perilaku Konsumen." Jakarta: Universitas Terbuka, 2014.
- Yuliany, Nur, and Rahmatia Rahmatia. "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika Uin Alauddin Makassar." *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo 6*, no. 1 (2020): 12–20. <https://doi.org/10.35906/jep01.v6i1.464>.