

***THE INFLUENCE OF RELIGIUS AND CONFORMITY ON COMMUNITY
CONSUMPTION BEHAVIOR (STUDY IN KUNDI VILLAGE, SIMPANG TERITIP
DISTRICT, WEST BANGKA DISTRICT)***

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU
KONSUMSI MASYARAKAT (STUDI PADA DESA KUNDI KECAMATAN
SIMPANG TERITIP KABUPATEN BANGKA BARAT)**

Reni Marwiyati Lukito

Ekonomi Syariah, IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
renilukito16@gmail.com

ABSTRACT

Consumption behavior is an important aspect in determining marketing strategy. Consumption behavior is influenced by various factors, including religiosity and conformity. Religiosity is the extent to which a person believes and practices the teachings of his religion. Conformity is a person's tendency to follow the norms and behavior accepted by society. This research aims to analyze the influence of religiosity and conformity on people's consumption behavior in Kundi Bersatu (Kundi Village, Bukit Terak Village, Air Menduyung Village) Simpang Teritip District, West Bangka Regency during a village alms event. This research is field research using quantitative methods by distributing printed questionnaires to 95 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis and the SPSS ver.27 program. The research results show that religiosity and conformity have a significant positive influence on people's consumption behavior in Kundi Village. Based on the results of the t test, it is proven that religiosity has a positive influence on consumption behavior ($p - \text{value } 0.044 < \alpha 0.1$) with a regression coefficient value of 0.098. Meanwhile, conformity also has a positive influence on consumption behavior ($p - \text{value } 0.013 < \alpha \text{ value } 0.1$) and the regression coefficient value is 0.282.

Keywords: Religiosity, Conformity, Consumption Behavior.

ABSTRAK

Perilaku konsumsi merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan strategi pemasaran. Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah religiusitas dan konformitas. Religiusitas adalah sejauh mana seseorang mempercayai dan menjalankan ajaran agamanya. Konformitas adalah kecenderungan seseorang untuk mengikuti norma dan perilaku yang diterima oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan konformitas terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kundi Bersatu (Desa Kundi, Desa Bukit Terak, Desa Air Menduyung) Kecamatan Simpang Teritip, Kabupaten Bangka Barat saat acara sedekah kampung. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode kuantitatif dengan membagi kuisioner cetak kepada 95 responden. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan program SPSS ver.27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan konformitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Desa Kundi. Berdasarkan hasil uji t terbukti bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ($p - \text{value } 0,044 < \alpha 0,1$) dengan nilai koefisien regresi 0,098. Sedangkan konformitas juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi ($p - \text{value } 0,013 < \text{nilai } \alpha 0,1$) dan nilai koefisien regresinya 0,282.

Kata Kunci: Religiusitas, Konformitas, Perilaku Konsumsi.

PENDAHULUAN

Umat muslim di Indonesia pada umumnya akan merayakan dengan meriah beberapa hari besar di Islam seperti perayaan tahun baru Islam (1

Muharram), peringatan Isra Mi'raj, perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW, hari raya Idul Adha dan hari raya Idul Fitri¹. Hal yang serupa juga berlangsung di Kabupaten Bangka Barat, masyarakat muslim di berbagai pelosok desa antusias

¹ "5 Hari Besar Keagamaan Islam Tahun 2022, Perayaan Apa Yang Terdekat?," Accessed February 4, 2023, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/D-5892895/5->

Hari-Besar-Keagamaan-Islam-Tahun-2022-Perayaan-Apa-Yang-Terdekat.

mempersiapkan dan merayakan perayaan lima hari besar Islam tersebut.

Seperti lazimnya yang dilakukan setiap tahunnya, perayaan Idul Fitri dilakukan pada tanggal 1 Syawal, Idul Adha dirayakan pada tanggal 10 Zulhijjah, sedekah kampung Kenanga dilakukan secara meriah pada tanggal 1 Muharram,² di Desa Kemuja, Maulid Nabi Muhammad SAW dirayakan secara meriah pada setiap tanggal 12 Rabiul'awa,³ sedangkan perayaan perang ketupat dan sedekah ruwah di Tempilang dilaksanakan dengan meriah pada bulan Sya'ban⁴. Kelima perayaan berasosiasi dengan hari besar agama Islam dan tanggal atau bulan penting dalam agama Islam.⁵

Kundi Bersatu memiliki keunikan. Unik perayaan sedekah kampung di Kundi Bersatu diadakan untuk merayakan panen raya sebagai bentuk rasa syukur warga kepada Tuhan YME atas panen yang diterima. Asal muasal perayaan dilakukan untuk bersyukur atas hasil panen padi yang melimpah, dengan bergesernya jaman maka berubah pula tanaman yang dibudidayakan menjadi lada (merica). Sehingga sekarang perayaan sedekah kampung di Kundi Bersatu diselenggarakan untuk mensyukuri hasil panen lada/merica.

Oleh karenanya perayaan sedekah kampung di Kundi Bersatu tidak memiliki keterkaitan dengan perayaan hari besar Islam ataupun tanggal penting dalam kalender Islam. Para leluhur

Kundi Bersatu, melakukan perayaan sedekah kampung setelah panen lada, namun untuk mengakomodir situasi lingkungan yang dinamis, dan aspirasi dari warga lima tahun belakangan, perayaan sedekah kampung di Kundi Bersatu diselenggarakan di bulan Agustus mengambil momentum perayaan kemerdekaan RI.⁶

Tujuan lain dari sedekah kampung di Kundi Bersatu adalah membersihkan desa dari bencana dan wabah penyakit. Pada jaman dahulu, wilayah Kundi Bersatu pernah terserang wabah penyakit cacar sehingga dilakukanlah sedekah kampung sebagai salah satu bentuk ritual bersih desa.⁷

Kundi Bersatu merupakan hasil pemekaran Desa Kundi sejak tahun 2008. Berdasarkan Perda nomor 18 tahun 2008⁸, Desa Kundi terpecah menjadi tiga wilayah desa yaitu Desa Kundi, Desa Bukit Terak dan Desa Air Menduyung. Namun untuk persiapan dan pelaksanaan perayaan sedekah kampung, ketiga desa akan membentuk panitia khusus yang merupakan gabungan 3 (tiga) desa dan seterusnya disebut dengan Kundi Bersatu.⁹

Total luas wilayah Kundi bersatu ± 13.633,94 hektar dan terdiri dari ±1800 kepala keluarga dan jumlah penduduk per September 2022 hampir 7000 jiwa.¹⁰ Komposisi penduduk berdasarkan agama maka 98% penduduk Kundi Bersatu adalah muslim dan terkenal dengan masyarakat yang agamis.¹¹

Indikator bahwa masyarakat Kundi

² "Perayaan 1 Muharram 1443H Di Kelurahan Kenanga Sungailiat Bangka Kembali Meriah Seperti Idul Fitri - Bangkapos.Com," Accessed August 31, 2023, <https://Bangka.Tribunnews.Com/2022/07/30/Perayaan-1-Muharram-1443h-Di-Kelurahan-Kenanga-Sungailiat-Bangka-Kembali-Meriah-Seperti-Idul-Fitri>.

³ "Tradisi Lebaran Ketupat Saat Maulid Nabi Di Bangka, Dimulai Sejak 2 Abad Lalu Halaman All - Kompas.Com," Accessed November 25, 2022, <https://Regional.Kompas.Com/Read/2022/10/09/212153278/Tradisi-Lebaran-Ketupat-Saat-Maulid-Nabi-Di-Bangka-Dimulai-Sejak-2-Abad?Page=All>.

⁴ Nani Nurwinda Sarah, "Pesta Adat Perang Ketupat Dan Sedekah Ruwah Tempilang | Kabupaten Bangka Barat," Accessed November 25, 2022, <https://Portal.Bangkabaratkab.Go.Id/Content/Pesta-Adat-Perang-Ketupat-Dan-Sedekah-Ruwah-Tampilang>.

⁵ "Desa Kemuja | Kabupaten Bangka," Accessed August 31, 2023, <https://Kemuja.Bangka.Go.Id/Node/394>.

⁶ Samsuri, "Sedekah Kampung Kundi" (Bangka Barat, 2023).

⁷ Dhea Hermawati, "Pandangan Tokoh Agama Terhadap Tradisi Ceriak (Studi Kasus Di Desa Bukit Terak Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)" (2019), Accessed August 31, 2023, <http://Perpustakaan.Ac.Id>. 44.

⁸ Bupati Bangka Barat, "Peraturan Daerah Kabupaten Bangka Barat Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Desa Bukit Terak Dan Desa Air Menduyung Di Wilayah Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat" (Mentok, 2008).

⁹ Rezi Prayoga, "Village Expansion And Its Implication Towards Socio-Cultural Life Of The Society (A Study At 'Kundi Bersatu' Society Simpang Teritip Sub-District West Bangka Regency)," *Jurnal Society* V, No. December (2017): 84-99, <https://Garuda.Kemdikbud.Go.Id/Author/View/3908814>. 85.

¹⁰ Kantor Desa Kundi, Statistik Desa, Dokumen, 2023.

¹¹ "Prodeskel Bina Pemdes," Accessed February 17, 2023, <http://Prodeskel.Binapemdes.Kemendagri.Go.Id/Mpublik/>.

bersatu adalah masyarakat yang agamis dengan banyaknya beberapa lambang agama Islam yang ada. Terdapat 4 mesjid dan 6 mushola¹² di Kundi Bersatu, bahkan masjid terbesar di Kundi Masjid Baitul Muttaqin mampu menampung 600 jamaah.¹³ Kentalnya nuansa Islam di Desa Kundi Bersatu juga ditunjukkan dengan berdirinya satu madrasah tsanawiyah dan satu madrasah aliyah swasta, dan sebuah pondok pesantren. Bahkan menurut kepala Desa Kundi Bujang Item beberapa warganya bersekolah di pondok pesantren bahkan ada yang merupakan alumni kampus Universitas Madinah.¹⁴ Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat Kundi merupakan warga yang agamis.

Untuk pelaksanaan sedekah kampung, panitia harus terlebih dahulu menghadap dan memohon izin kepada *jenang* atau dukun yang memiliki kedudukan ketua adat tertinggi di desa tersebut untuk meminta izin pelaksanaan tradisi. Pelaksanaan sedekah kampung dilaksanakan selama dua hari. Acara pembuka sedekah kampung adalah ritual turun temurun yang dilakukan oleh dukun.¹⁵

Setelahnya dilakukan beberapa acara tambahan berupa arak-arakan anak-anak yang sunat atau khatam Al Qur'an berkeliling desa juga hiburan dan dibuka secara seremonial oleh Bupati Bangka Barat atau pejabat yang mewakili.¹⁶

Saat panitia mengumumkan tanggal pelaksanaan sedekah kampung, setiap rumah di Kundi Bersatu akan melakukan persiapan meskipun sebagian besar masyarakat Kundi Bersatu kurang mengetahui alasan dan latar belakang diadakannya sedekah kampung, umumnya mereka berpartisipasi karena

ikut-ikutan.¹⁷

Saat hari yang ditentukan tiba, warga ketiga desa melakukan *open house* yang mempersilahkan masyarakat dari wilayah lain se-Bangka Belitung untuk datang bersilahturahmi meskipun tidak mengenal si-tuan rumah¹⁸. Masyarakat berlomba-lomba menyajikan dan menampilkan yang terbaik bagi tamunya yang datang hampir seluruh daerah di Bangka.¹⁹

Studi ini dimaksudkan untuk melengkapi studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat dilihat dari perspektif Islam. Penelitian ini berangkat dari argumen bahwa adanya konsep *needs* dan *wants* untuk mencapai *maslahah* dalam tindakan seorang muslim saat membeli sebuah produk. Berdasarkan data penelitian sebelumnya bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumtif masyarakat begitupun konfirmatas. Maka hal yang peneliti analisis adalah **Pengaruh Religiusitas dan konformitas Pada Perilaku Konsumsi Masyarakat Studi Pada Desa Kundi Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat.**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif & termasuk penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan, atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada.²⁰ Penelitian korelasional bertujuan untuk menguji hipotesis yang dilakukan dengan cara mengukur sejumlah variabel dan menghitung koefisien korelasi (*r*) antara variabel-variabel tersebut, agar dapat

¹² DMI Bangka, "Data Rumah Ibadah Kabupaten Bangka Barat," 2023.

¹³ "Biro Kesejahteraan Rakyat | Provinsi Kepulauan Bangka Belitung," Accessed August 31, 2023, <https://Birokesra.Babelprov.Go.Id/Content/Safari-Jumat-Desa-Kundi-Bersatu-Kecamatan-Simpang-Teritip-Bangka-Barat>.

¹⁴ Bujang Item, *Sedekah Kampung Kundi* (Kundi, 2023).

¹⁵ Hermawati, "Pandangan Tokoh Agama Terhadap Tradisi Ceriak (Studi Kasus Di Desa Bukit Terak Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)." 46.

¹⁶ "Www.Ayokebangkabarat.Com," Accessed January 20, 2023, <https://Www.Ayokebangkabarat.Com/Berita-Meriah-Perayaan-Sedekah-Kapong-Kundi/>.

¹⁷ Hermawati, "Pandangan Tokoh Agama Terhadap Tradisi Ceriak (Studi Kasus Di Desa Bukit Terak Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)." 47.

¹⁸ Item, *Sedekah Kampung Kundi*.

¹⁹ Samsuri, *Sedekah Kampung Kundi*, Wawancara, (Bangka Barat, 2023).

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010). 4.

ditentukan variabel - variabel mana yang berkorelasi.²¹

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel berusia minimal 17 (tujuh belas tahun), mewakili 1 (satu) KK (kartu keluarga) dan beragama Islam. Jumlah sampel adalah 95 orang yang berasal dari tiga desa Kundi Bersatu (Bukit Terak, Kundi, Air Menduyung). Data primer diolah menggunakan SPSS pada taraf signifikansi 10% dan selanjutnya dianalisis dengan regresi linier berganda.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumsi masyarakat Desa Kundi Kecamatan

Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung saat acara perayaan sedekah kampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial menggunakan uji t bertujuan mencari ada tidaknya pengaruh variabel religiusitas dan konformitas secara parsial terhadap perilaku konsumsi. Hasil uji t pada penelitian ini tampak pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji - t Penelitian
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.745	5.389		6.076	.000		
	Total Religiusitas (X1)	.098	.048	.238	2.045	.044	.616	1.623
	Total Konformitas (X2)	.282	.112	.294	2.520	.013	.616	1.623

a. Dependent Variable: Total Perilaku Konsumsi (Y)

Sumber: Data primer, Diolah 2023

Dari tabel 1 diperoleh nilai konstanta 32,745, nilai koefisien religiusitas 0,098 dan nilai koefisien konformitas 0,282. Sehingga model regresi berganda untuk Perilaku Konsumsi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi yakni religiusitas dan konformitas adalah:

$$\text{Perilaku Konsumsi} = 32,745 + 0,098 X_1 + 0,282 X_2$$

Interpretasi persamaan di atas bahwa variabel religiusitas dan variabel konformitas memiliki arah koefisien positif atau berbanding lurus terhadap Perilaku Konsumsi, artinya semakin tinggi religiusitas seseorang dan sikap konformitas nilai perilaku konsumsi akan semakin tinggi juga.

Hasil uji t menggunakan program SPSS dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi

$H_0 : \beta_1 = 0$, tidak ada pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi

$H_1 : \beta_1 > 0$, religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 46 didapatkan nilai p - value variabel religiusitas sebesar 0,044. Taraf signifikansi penelitian ini adalah 0,1 ($\alpha = 10\%$), maka nilai p - value < nilai α atau $0,044 < 0,1$. Nilai t hitung juga lebih besar dari t tabel, $2.045 > 1.661052$. Maka H_0 tertolak, artinya religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumsi.

b. Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumsi

²¹ Ibid. 9.

$H_0 : \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumsi

$H_1 : \beta_2 > 0$, konformitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 46 didapatkan nilai p – value variabel konformitas sebesar 0,013. Taraf signifikansi penelitian ini adalah 0,1 ($\alpha = 10\%$), maka nilai p – value < nilai α atau $0,013 < 0,1$. Nilai t hitung juga lebih besar dari t tabel, $2.520 > 1.661052$. Maka H_0 tertolak, artinya konformitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumsi.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk menunjukkan bahwa semua variabel bebas yakni Religiusitas dan Konformitas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat Perilaku Konsumsi maka dilakukanlah uji F. Hasil pengujian hipotesis dengan uji F disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji - F Penelitian

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1358.501	2	679.251	13.728	.000 ^b
	Residual	4552.130	92	49.480		
	Total	5910.632	94			

a. Dependent Variable: Total Perilaku Konsumsi (Y)

b. Predictors: (Constant), Total Konformitas (X2), Total Religiusitas (X1)

Sumber: Data primer, Diolah 2023

Formula hipotesis uji F pada penelitian ini adalah:

H_0 : Religiusitas, konformitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi

H_a : Religiusitas, konformitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi

Didasarkan pada hasil uji F pada tabel 2, diperoleh nilai p value variabel konformitas sebesar 0,000. Taraf signifikansi penelitian ini adalah 0,1 ($\alpha = 10\%$), maka nilai p value < nilai α atau $0,000 < 0,1$. Maka H_0 tertolak,

artinya religiusitas, konformitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (Adjusted R_{square}) difungsikan sebagai alat penentu seberapa besar pengaruh faktor religiusitas, konformitas secara simultan terhadap perilaku konsumsi. Hasil koefisien determinasi berganda penelitian ini ditunjukkan oleh tabel 3 berikut:

Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi Penelitian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.479 ^a	.230	.213	7.034

a. Predictors: (Constant), Total konformitas (X2), Total Religiusitas (X1)

Sumber: Data primer, Diolah 2023

Nilai *Adjusted R Square* penelitian ini seperti tampak pada tabel

48 adalah 0,213. Maknanya adalah 21,3% Perilaku Konsumsi dipengaruhi

oleh kedua faktor variabel bebas yakni religiusitas dan konformitas. Sedangkan sisanya sebesar 78,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel di penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa religiusitas mempengaruhi perilaku konsumsi secara positif dan signifikan. Hal ini terlihat pada nilai hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi yaitu $0,044 < 0,1$. Nilai t hitung juga lebih besar dari t tabel, $2,045 > 1,661052$. Maka terbukti bahwa hipotesis pertama diterima.

Koefisien yang didapatkan sebesar 0,098 untuk variabel religiusitas pada persamaan regresi linier berganda, ini bermakna religiusitas berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu. Artinya jika terjadi peningkatan religiusitas (X1) sebesar 1 % (satu persen) dengan syarat variabel yang lain dalam keadaan tetap (konstan) maka perilaku konsumsi (Y) juga akan meningkat sebesar 0,098.

Sehingga dalam penelitian ini terbukti bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu. Religiusitas (keberagamaan) tidak melulu berkaitan dengan praktik ibadah (ritualistik), masih ada empat dimensi lainnya yang bisa dijadikan tolok ukur religiusitas, yakni ideologis, eksperensial, intelektual dan eksperensial.²² Sehingga tidak bisa kita menilai sempit religiusitas seseorang hanya berdasarkan apa yang terlihat sebagai pengamalan praktik keagamaan namun juga harus

mempertimbangkan bagaimana pemahaman serta suasana batiniah seseorang. Seperti yang dikemukakan Imam Bawani, terjadinya proses pada daya ruhaniah sehingga terjadi pergerakan pada perasaan, pikiran, angan-angan untuk menjalankan kepercayaan seseorang terhadap Tuhan berupa pelaksanaan dan ajuran agamanya itu diartikan sebagai religiusitas atau sikap keagamaan.²³

Suasana yang lebih baik, motivasi hidup yang semakin kuat, serta tingkat kesabaran yang semakin tinggi untuk mencapai tujuan yaitu ridho Allah SWT merupakan hal yang akan diperoleh dalam keberagamaan masyarakat Islam. Hal ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Greetz.²⁴

Berkaitan dengan perilaku konsumsi, masyarakat muslim melakukan konsumsi dengan tujuan religiusitas yang ingin dicapai adalah ridho Allah SWT. Semuanya perilaku yang dilakukan saat konsumsi didasari oleh keimanan bahwa semua harta yang dimiliki adalah milik Allah SWT, dan harta tersebut tidaklah abadi karena umat Islam mengimani hari akhir. Serta meyakini di dalam harta yang dimiliki ada yang menjadi hak orang lain. Seperti yang termuat dalam Q.S. Al Hadid: 7 berikut:

﴿ اٰمِنُوْا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ وَاَنْفَقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلِفِيْنَ فِيْهِۗ فَاَلَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ ۝۷ ﴾

Terjemahan Kemenag 2019²⁵

7. Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar.

Perilaku konsumsi yang dilakukan

²² Rionita and Widiastuti, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi)." 295.

²³ Rahmawati, "Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro." 37.

²⁴ Rahmat Ilyas, "Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (N.D.). 237.

²⁵ "Qur'an Kemenag." 57:7.

oleh masyarakat Kundi Bersatu saat acara sedekah kampung juga diniatkan mereka untuk mencari ridho Allah SWT agar tercapai *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Masyarakat Kundi Bersatu meyakini bahwa mengadakan acara sedekah kampung merupakan bentuk syukur atas rejeki yang diberikan Allah SWT kepada mereka. Menyediakan makanan, minuman dan membawakan buah tangan berupa dodol atau wajik kepada tamu yang datang adalah kebaikan karena akan berbalas pahala dari Allah SWT.

Bila hanya melihat perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu saat mempersiapkan acara sedekah kampung maka hanya *israf* dan *tabzir* yang terlihat. Namun bila melihat apa yang menjadi landasan perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu untuk beramal maka menurut Monzer Kahf konsep boros tidak berlaku.²⁶

Masyarakat Kundi Bersatu saat melakukan konsumsi untuk persiapan acara sedekah kampung juga sudah menerapkan konsep *needs* (kebutuhan) karena tujuan mereka menyiapkan acara secara maksimal adalah memuliakan tamu yang datang untuk bersilaturahmi. Ini merupakan bentuk masalah sesuai dengan pendapat Imam Ghazali, karena dengan menjamu tamu dan menjalin silaturahmi diperoleh ketenangan dan kepuasan batin sebab masyarakat Kundi Bersatu percaya tindakan mereka akan mendapat ganjaran pahala dan berkah sehingga manfaat yang diperoleh dari perilaku konsumsi mereka bukanlah *mudharat*.²⁷ Selain itu semua barang dan jasa yang memuat *masalah* akan dianggap sebagai kebutuhan (*need*).²⁸

Selain itu masyarakat Kundi Bersatu, juga mengaplikasikan pemenuhan kebutuhan berdasarkan prioritas. Meskipun persiapan sedekah kampung penting namun pemenuhan

kebutuhan primer (*dharuriyat*) lebih utama. Begitu pun saat mengalokasikan pendapatan yang mereka peroleh, pengaturan tabungan untuk masa depan dan ibadah (infak, umroh, haji) tetap disisihkan. Setelah memenuhi kebutuhan sehari-hari dan persiapan sedekah kampung.

Maka terlihatlah hubungan antara religiusitas dengan perilaku konsumsi. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan semakin baik perilaku konsumsinya bila distandarkan pada perilaku konsumsi dalam pandangan Islam. Individu yang religiusitasnya tinggi, maka semakin tinggi juga pemahaman individu tersebut akan keberadaan *mashlahah*. Saat mengkonsumsi barang atau jasa, seorang muslim memperoleh kepuasan dan atau *mashlahah*. *Mashlahah* munculnya mungkin tidak seketika dapat dirasakan oleh individu muslim tersebut. Hal ini karena dalam *mashlahah* terkandung dua hal yaitu *mashlahah* fisik atau material dan berkah.

Tingkat religiusitas seseorang yang tinggi maka akan semakin bisa membedakan mana yang merupakan *want* (keinginan), dan mana yang merupakan *need* (kebutuhan). Pengejawantahan tingkat berikutnya setelah seorang muslim dapat membedakan antara *want* dan *need* adalah dapat membuat urutan prioritas dari kebutuhan yang akan dipenuhinya tersebut, yakni *daruriyyat* (kebutuhan yang harus segera dipenuhi agar kehidupan manusia tidak terganggu), *hajiyyat* (kebutuhan yang jika dipenuhi akan meningkatkan nilai tambah) dan *tahsiniyyat* (kebutuhan yang jika terpenuhi akan menimbulkan kepuasan).

Ada beberapa penelitian yang menganalisis pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi menggunakan berbagai perspektif ulama Islam. Beberapa penelitian tersebut antara lain yang dilakukan oleh Rionita

²⁶ Monzer Kahf, *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective Chapter Four The Theory Of Consumption*. 64 – 65.

²⁷ Suharyono, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." 62.

²⁸ Khan, *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective Chapter Five Theory Of Consumer Behaviour In An Islamic Perspective*. 73.

dan Widiastuti terhadap rumah tangga muslim di Surabaya menggunakan kaidah konsumsi Islam menurut Al Haritsi. Variabel yang diteliti adalah tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan religiusitas. Diperoleh bahwa tingkat pendapatan (nilai signifikansi $0,045 < 0,10$), dan religiusitas (nilai signifikansi $0,00 < 0,10$) mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga secara positif dan signifikan, sedangkan tingkat pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan (nilai signifikansi $0,503 > 0,10$). Secara simultan ketiga variabel mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga muslim Surabaya (taraf signifikansi $0,00 < 0,10$).²⁹

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Faheem, et al., pada penduduk di delapan kota besar Pakistan. Tujuan penelitiannya adalah mengetahui pengaruh atribut produk, harga, promosi, kepribadian, gaya hidup, keluarga, kelas sosial, konsep diri, kepercayaan merek, religiusitas, minat beli dan peran religiusitas terhadap perilaku belanja konsumen terkait produk makanan impor barat di Pakistan. Diperoleh hasil variabel atribut produk ($p < 0.001$), harga ($p < 0.001$), kepribadian ($p < 0.001$), konsep diri ($p < 0.1$), kepercayaan merek ($p < 0.001$), religiusitas ($p < 0.001$) memiliki asosiasi yang positif dengan minat beli konsumen. Analisis juga menunjukkan bahwa minat beli berasosiasi positif dengan perilaku keputusan membeli konsumen ($p < 0.001$).³⁰

Nasse, et al., juga melakukan penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif di Burkina Faso, Senegal. Tujuan penelitiannya adalah mempelajari konsep tentang religiusitas dan perilaku konsumen di Burkina Faso berkaitan dengan aturan

budaya dalam hal manajemen dan pemasaran produk halal. Korelasi antara religiusitas dan perilaku konsumen sangat signifikan dengan $p\text{-value} \leq 0.01$, $df = 400$; dan $\chi^2 = 3034.32$.³¹

2. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil uji t untuk pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumsi menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi. Nilai $p\text{-value}$ variabel konformitas sebesar $0,013 < \text{Taraf signifikansi penelitian } 0,1$ ($\alpha = 10\%$). Nilai t hitung juga lebih besar dari t tabel, $2.520 > 1.661052$. Maka terbukti hipotesis kedua diterima.

Koefisien regresi linier berganda untuk variabel konformitas yang didapatkan sebesar 0,282. Hal ini bermakna konformitas berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu. Artinya jika terjadi peningkatan konformitas (X_2) sebesar 1 % (satu persen) dengan syarat variabel yang lain dalam keadaan tetap (konstan) maka perilaku konsumsi (Y) juga akan meningkat sebesar 0,282.

Semakin besar skor konformitas maka akan semakin besar juga perubahan perilaku konsumsi seseorang. Baron dan Byrne mendefinisikan konformitas sebagai suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang hanya dalam bayangan mereka menurut Santrock juga merupakan konformitas.³²

Individu yang berada dalam komunitas yang besar akan sulit menolak konformitas. Apalagi komunitas tersebut merupakan komunitas tua yang kohesif

²⁹ Rionita and Widiastuti, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi)." 302.

³⁰ Faheem Bukhari Et Al., "Motives And Role Of Religiosity Towards Consumer Purchase Behavior In Western Imported Food Products," *Sustainability* 2020, Vol. 12, Page 356 12, No. 1 (January 2, 2020): 356,

Accessed February 12, 2023, <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/1/356/htm>.

³¹ Nasse, Ouédraogo, and Sall, "Religiosity and Consumer Behavior in Developing Countries: An Exploratory Study on Muslims in the Context of Burkina Faso."

³² Nanda Zatil Hidayah, "Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Dan Pencarian Sensasi Terhadap Perilaku Merokok Pada Remaja."

kelompok sudah terbentuk dengan kuat. Komitmen yang sudah menjadi tradisi sejak nenek moyang juga akan mempersulit seseorang untuk menolak konformitas.³³

Maka saat pelaksanaan tradisi kelompok yang memerlukan biaya cukup besar, (dalam hal ini perayaan sedekah kampung di Kundi Bersatu) tidak sejalan dengan ajaran agama Islam, terjadi sedikit penolakan oleh sebagian kecil anggota kelompok (36,8%) bahkan golongan yang tidak sependapat ini menyatakan berani menolak berpartisipasi dalam acara sedekah kampung (47,4%) dan diabaikan oleh anggota masyarakat lainnya saat mereka memutuskan untuk tidak berpartisipasi dalam acara sedekah kampung. Hal ini yang menjadi faktor pendukung sehingga berdasarkan analisis skor pengelompokan butir pernyataan pada kuisioner, level konformitas masyarakat Kundi Bersatu ada pada kategori rendah.

Namun saat tujuan dan latar belakang diadakannya sedekah kampung jelas dan bisa diterima maka masyarakat Kundi Bersatu, akan berpartisipasi dengan kesadaran diri yang penuh pada acara sedekah kampung. Hal ini yang dinamakan aspek informatif penyebab konformitas.

Meskipun ada sebagian kecil yang menyatakan berani diabaikan bila memutuskan tidak berpartisipasi pada acara sedekah kampung dan berani mengabaikan aturan sedekah kampung, mayoritas masyarakat Kundi Bersatu lebih memilih diam meskipun tidak sependapat dan tetap berpartisipasi dalam perayaan tradisi tersebut. Inilah yang dinamakan pemenuhan dan kepatuhan.³⁴

Hal ini disebabkan mayoritas masyarakat Kundi Bersatu memiliki rasa ketakutan akan mendapatkan celaan sosial, rasa takut melakukan penyimpangan karena merasa berbeda dengan anggota kelompok yang lain,

serta takut merusak kekompakan kelompok yang amat tinggi sehingga konformitas pun tinggi dan terakhir adalah keterikatan pada penilaian bebas sehingga membuat individu enggan menyuarakan pendapatnya.

Kodrat manusia sebagai makhluk sosial yang harus menjalin hubungan baik dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya agar dapat diterima dalam lingkungan sosial menjadi motivasi seseorang berusaha untuk memperoleh pengakuan dari lingkungannya. Apabila pengakuan itu tidak diperoleh maka kebutuhan psikologisnya atas pengakuan, penghargaan dan rasa memiliki tidak tercapai. Inilah yang terjadi pada mayoritas masyarakat Kundi Bersatu. Selain menghindari tekanan sosial, kepuasan psikologis atas pengakuan, penghargaan dan rasa memiliki tradisi yang menjadi motivasi mereka melestarikan perayaan sedekah kampung meskipun banyak sumber daya ekonomi yang dikorbankan.

Semisal penyajian dodol dan wajik yang menjadi suguhan wajib saat acara sedekah kampung, dan masyarakat Kundi Bersatu juga harus mempersiapkan dodol dan wajik sebagai buah tangan tamu yang datang. Menjamu tamu dengan makanan berat, berupa nasi, ketupat, lepet, lontong dengan segala lauk pauk serta menu makanan dan minuman lainnya. Sesungguhnya memberatkan namun karena apa yang disajikan merupakan hal yang sudah menjadi tradisi dan umum dilakukan oleh lingkungan sekitar serta untuk mencari *falah* maka pemenuhan dan kepatuhan yang terjadi sebagai bentuk konformitas serta untuk memperoleh kepuasan dan pengakuan dari komunitas. Jadi konformitas terjadi pada perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu, dilihat dari perilaku tidak *israf*, proporsional saat melakukan konsumsi berdasarkan prioritas pemenuhan kebutuhan (*need*), sederhana dan menerapkan prinsip – prinsip konsumsi menurut Islam. Seperti yang disampaikan oleh Imam Al Ghazali

³³ Myers, *Psikologi Sosial Social Psychology*. 279.

³⁴ *Ibid*. 253.

maupun Charles Horton Cooley tentang *looking glass self* teori bahwa manusia menjadi cermin bagi orang lain. Individu belajar dari pergaulan di masyarakat untuk mengetahui bagaimana karakter yang dibenci maupun disukai lingkungan kemudian membandingkannya dengan karakter diri sendiri dan membentuk karakter diri agar menjadi karakter yang disukai lingkungan.³⁵

Konformitas yang terjadi di masyarakat Kundi Bersatu juga dilandasi oleh semangat menjaga persatuan dan kekompakan antara penduduk tiga desa (Kundi, Bukit Terak dan Air Menduyung) tidaklah negatif. Apalagi sejak terjadinya pemekaran desa tahun 2008, perayaan sedekah kampung menjadi pemersatu ketiga desa. Hal ini sesuai dengan apa yang tercantum pada Q.S. Al Hujurat: 10 dan QS. Al Maidah: 2, yang berbunyi:

﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ١٠ ﴾

Terjemahan Kemenag 2019:³⁶

10. *Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati.*

﴿ تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٢ ﴾

Terjemahan Kemenag 2019:³⁷

2.*Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah,*

sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.

Sudah banyak peneliti yang melakukan penelitian mengenai konformitas dan perilaku konsumsi masyarakat menurut pandangan Islam. Romadloniyah dan Khasan merupakan beberapa peneliti yang melakukan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Diperoleh hasil analisis secara parsial status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 35,28%, konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 55,5%, dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus. Sedangkan ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Bae Kudus sebesar 58,6%.³⁸

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Santoso et al., bertujuan untuk menganalisis dampak dari *fear of missing out* (FoMO) yang dimiliki oleh konsumen terhadap perilaku *conformity consumption*. Menggunakan teknik regresi berganda, hanya *prediktor anxiety of isolation* saja yang terbukti memiliki pengaruh terhadap *conformity consumption* (0,000) sedangkan prediktor lainnya tidak berpengaruh (0,479), dengan demikian dapat dipahami bahwa fitnya model dalam penelitian ini karena hanya ada satu variabel saja yang terbukti memiliki pengaruh maka dapat disimpulkan bahwa hanya *anxiety of isolation* yang dapat berfungsi sebagai prediktor pada perilaku *conformity consumption*.³⁹

³⁵ Adnan Achiruddin Saleh, *Psikologi Sosial*, 1st ed. (Parepare, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), accessed October 2, 2023, [http://repository.iainpare.ac.id/3342/1/PSIKOLOGI SOSIAL.pdf](http://repository.iainpare.ac.id/3342/1/PSIKOLOGI%20SOSIAL.pdf). 82.

³⁶ "Qur'an Kemenag," accessed September 2, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/>. 49:2.

³⁷ *Ibid.* 5:10.

³⁸ Ayun, Romadloniyah, and Setiaji Khasan, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan

Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender," *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 1 (February 5, 2020): 50–64, accessed February 4, 2023, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/37224>.

³⁹ Santoso, Widyasari, and Soliha, "Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen."

Selanjutnya penelitian Jianan Li, et al., penelitian yang fokus kepada faktor-faktor dan mekanisme psikologi yang mempengaruhi perilaku konformitas konsumen seseorang selama pandemi Covid-19 pada penduduk di 297 perfektur pada 31 (tiga puluh satu) provinsi di China. Variabel yang diuji adalah *sense of fear; sense of control; conformity consumer behavior; informative conformity consumer behavior; normative conformity consumer behavior*. Keparahan pandemi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konformitas konsumen selama pandemi ($\beta = 0.128, p < 0.001$), tingkat keparahan pandemik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku informatif konformitas konsumen selama pandemi ($\beta = 0.099, p < 0.001$), tingkat keparahan pandemi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku normatif konformitas konsumen selama ($\beta = 0.126, p < 0.001$). Kedua hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keparahan pandemi maka semakin tinggi pula perilaku informatif dan normatif konformitas konsumen.⁴⁰

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis data, kesimpulan penelitian ini yang berjudul Pengaruh Religiusitas dan Konformitas Pengaruh Religiusitas Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumsi Masyarakat (Studi Pada Desa Kundi Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka Barat), adalah:

1. Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi yaitu $0,044 < 0,1$.

Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Religiusitas berpengaruh sebesar 0.098 yang ditunjukkan oleh nilai β dari variabel ini.

2. Konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi yaitu $0,013 < \text{taraf signifikansi penelitian } 0,1 (\alpha = 10\%)$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. konformitas berpengaruh sebesar 0,282 pada perilaku konsumsi masyarakat Kundi Bersatu, yang ditunjukkan oleh nilai β dari variabel ini.
3. Religiusitas dan konformitas secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F, diperoleh nilai nilai pvalue variabel konformitas sebesar 0,000. Taraf signifikansi penelitian ini adalah 0,1 ($\alpha = 10\%$), maka nilai pvalue < nilai α atau $0,000 < 0,1$. Maka H_0 tertolak, artinya religiusitas, konformitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Ayun, Romadloniyah, And Setiaji Khasan. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender." *Economic Education Analysis Journal* 9, No. 1 (February 5, 2020): 50–64. Accessed February 4, 2023. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/37224>.
- Baron, And Byrne. *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2022.
- Bawono, Anton. "Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim." *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 8, No. 2 (2014): 287–308. <https://inferensi.iainsalatiga.ac.id/in>

⁴⁰ Jianan Li et al., "Conformity Consumer Behavior and External Threats: An Empirical Analysis in China During the COVID-19 Pandemic."

- dex.Php/Inferensi/Article/View/174.
- Fahim Khan Dan Monzer Kahf, Pemikiran. “Analisis Komparatif” (N.D.).
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Godara, Gargi, And Kavita Dua. “Study On Factor Influencing Consumer Behaviour In Market.” ~ 83 ~ *International Journal Of Home Science* 7, No. 3 (2021): 83–85. Accessed February 7, 2023. [Http://Www.Homesciencejournal.Com](http://www.homesciencejournal.com).
- Hamdi, Baitul. “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah).” *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, No. 1 (April 28, 2022): 1–15. Accessed August 29, 2023. [Https://Jurnalnasional.Ump.Ac.Id/Index.Php/Islamadina/Article/View/10821](https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/Islamadina/Article/View/10821).
- Hasanah, Anis Faridatul. “Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Ponorogo Sesaat Dan Sesudah Datangnya Bulan Ramadhan.” *Ijois: Indonesian Journal Of Islamic Studies* 2, No. 1 (2020): 95–106. [Https://Journal.Civiliza.Org/Index.Php/Ijois/Article/Download/7/8](https://journal.civiliza.org/index.php/Ijois/Article/Download/7/8).
- Hidayat, Edwin Bahtiar, And Eko Fajar Cahyono. “Penerapan Perilaku Konsumsi Islam Pada Penerima Beasiswa Satu Keluarga Satu Sarjana Badan Amil Zakat Nasional Di Jawa Timur (Perspektif Fahim Khan).” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* Vol. 6 No., No. Juli (2019): 1462–1475. [Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/315599-Penerapan-Perilaku-Konsumsi-Islam-Pada-P-C2964880.Pdf](https://media.neliti.com/media/publications/315599-Penerapan-Perilaku-Konsumsi-Islam-Pada-P-C2964880.Pdf).
- Ilyas, Rahmat. “Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (N.D.).
- Isnaini, Desi. “Relevansi Religiusitas Dengan Perilaku Konsumsi.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, No. 1 (March 22, 2020): 111–116. Accessed February 4, 2023. [Https://Ejournal.Iainbengkulu.Ac.Id/Index.Php/Al-Intaj/Article/View/2860](https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/Article/View/2860).
- John W Creswell. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. 3rd Ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Kotler, Philip, And Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edited By Adi Maulana, Devri Barnadi, And Wibi Hardani. 12th Ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mannan, Muhammad Abdul. *Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Allocative Efficiency, Decision, And Welfare Criteria In An Interest-Free Islamic Economy: A Comparative Policy Approach*. 1st Ed. Kuala Lumpur: Longman Malaysia, 1992.
- Mashur Razak. *Perilaku Konsumen*. 1st Ed. Makassar: Alaudin University Press, 2016. Accessed February 4, 2023. [Http://Repo.Handayani.Ac.Id/48/1/Perilaku-Konsumen.Pdf](http://repo.handayani.ac.id/48/1/Perilaku-Konsumen.Pdf).
- Meuthi, M Avicenna. “Pengaruh Wawasan Konsumen, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menmenjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung.” Uin Raden Intan Lampung, 2020. [Http://Repository.Radenintan.Ac.Id/13533/](http://repository.radenintan.ac.id/13533/).
- Myers, David G. *Psikologi Sosial Social Psychology*. 10th Ed. Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2012.
- Nabila, Hanna. “Pengaruh Israf Dan Materialisme Konsumen Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Produk Consumer Goods | Hanna Nabila - Academia.Edu.” Accessed September 3, 2023. [Https://Www.Academia.Edu/28466364/Pengaruh_Israf_Dan_Materialisme_Konsumen_Terdapat_Perilaku_Compulsive_Buying_Pada_Produk_Consumer_Goods](https://www.academia.edu/28466364/Pengaruh_Israf_Dan_Materialisme_Konsumen_Terdapat_Perilaku_Compulsive_Buying_Pada_Produk_Consumer_Goods).
- Prayoga, Rezi. “Ekspansi Desa Dan Implikasinya Terhadap Kehidupan

- Sosial Budaya Masyarakat: (Studi Pada Masyarakat ‘Kundi Bersatu’ Kecamatan Simpang Teritip Kabupaten Bangka)” (N.D.).
- Romadloniyah, Ayun, And Khasan Setiaji. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender.” *Economic Education Analysis Journal* 9, No. 1 (2020): 50–64. Accessed January 13, 2023. <https://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Eeaj/Article/View/37224/15322>.
- Santoso, Ignatius Hari, Suzy Widyasari, And Euis Soliha. “Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 15, No. 2 (September 29, 2021): 159–171. Accessed February 7, 2023. <https://Jurnal.Stie.Asia.Ac.Id/Index.Php/Jibeka/Article/View/230>.
- Schiffman, Leon G, And Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. 7th Ed. Jakarta Barat: Indeks, 2018.
- Subianto, Totok. “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian” (N.D.). Accessed February 4, 2023. [Http://E-Journal.Ukanjuruhan.Ac.Id](http://E-Journal.Ukanjuruhan.Ac.Id).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan Spss*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016.
- Syaparuddin. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Edited By Jumriani. 1st Ed. Vol. 5. Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2021.
- Wright, Glenn, Carl Salk, Piotr Magnuszewski, Joanna Stefanska, Krister Andersson, Jean Paul Benavides, And Robin Chazdon. “Conformity And Tradition Are More Important Than Environmental Values In Constraining Resource Overharvest.” *Plos One* 18, No. 2 (February 1, 2023): E0272366. Accessed February 12, 2023. <https://Journals.Plos.Org/Plosone/Article?Id=10.1371/Journal.Pone.0272366>.
- Zakariya, Ahmad Rofiq. “Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Dalam Konsep Islam Falah Dengan Pola Konsumsi Rumah Tangga Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Tukang Kayu Industri Mebel Di Kelurahan Krapyakrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur Tahun 2018).” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018. [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/13366/](http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/13366/).