

# Internalisasi Nilai-Nilai Syariah dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim: Studi Kasus di Perguruan Tinggi Islam

**Ma'rifatul Munawaroh**

Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi, Indonesia

Corresponding Author:

Ma'rifatul Munawaroh, Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi, Indonesia

Email: [marifmunawaroh@gmail.com](mailto:marifmunawaroh@gmail.com)

## Abstract

This study aims to examine the process of internalizing sharia values in the consumptive behavior of Muslim students at Islamic universities in Banyuwangi. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation. The research subjects consist of students, lecturers, and campus figures involved in religious guidance. The findings reveal that the internalization of sharia values in student consumption behavior occurs through three stages: value cognition, value appreciation, and value actualization. Although most students understand Islamic financial principles such as the prohibition of excessiveness (*israf*), the importance of *qana'ah* (contentment), and the pursuit of blessings (*barakah*) in wealth management consumptive behavior is still present due to the influence of social media, peer pressure, and a digital consumer culture. A religious campus environment, the role of lecturers, and Islamic student organizations have proven to play a significant role in supporting the internalization process of these sharia values. This study recommends strengthening practical-based Islamic economic character education so that sharia values are not only understood theoretically but are also reflected in the students' real-life behavior.

**Keywords:** Value Internalization, Sharia, Consumptive Behavior, Muslim Students

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses internalisasi nilai-nilai syariah dalam perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di perguruan tinggi Islam di Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah mahasiswa, dosen, serta pihak kampus yang terlibat dalam pembinaan keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai syariah dalam perilaku konsumsi mahasiswa berlangsung melalui tiga tahap, yaitu pengenalan nilai (*value cognition*), penghayatan nilai (*value appreciation*), dan penerapan nilai (*value actualization*). Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memahami prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti larangan berlebihan (*israf*), pentingnya *qana'ah*, dan keberkahan dalam penggunaan harta, perilaku konsumtif masih ditemukan akibat pengaruh media sosial, tekanan lingkungan, serta budaya digital yang konsumtif. Lingkungan kampus yang religius, peran dosen, dan kegiatan organisasi Islam di kampus terbukti berperan penting dalam mendukung proses internalisasi nilai-nilai syariah tersebut. Penelitian ini merekomendasikan penguatan pendidikan karakter ekonomi Islam berbasis praktik agar nilai-nilai syariah tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga mampu diwujudkan dalam perilaku nyata mahasiswa.

**Kata kunci:** Internalisasi Nilai, Syariah, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Muslim

## PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena sosial yang terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman, khususnya dalam masyarakat modern yang cenderung menilai kebahagiaan melalui kepemilikan materi. Kecenderungan untuk berperilaku konsumtif banyak ditemukan dalam kehidupan masyarakat, terutama di daerah perkotaan (Saputri, Syamsir & Rahman, 2022). Di kalangan mahasiswa, terutama mahasiswa Muslim di perguruan tinggi Islam, perilaku konsumtif tidak hanya menjadi refleksi gaya hidup, tetapi juga menjadi tantangan serius dalam menjaga nilai-nilai keislaman yang telah diajarkan sejak dini. Mahasiswa sebagai generasi intelektual seharusnya menjadi pionir dalam menerapkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aspek pengelolaan keuangan dan konsumsi.

Berbagai persediaan barang dengan berbagai pilihan serta ditunjang dengan kemudahan akses untuk memperolehnya membuat masyarakat tertarik untuk membeli barang tersebut (Supriadi, & Ahmad, 2020). Kecenderungan untuk membeli, terkadang bukan lagi untuk memenuhi suatu kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan, seperti mengikuti trend, gensi, dan berbagai alasan lainnya (Anggraini & Santhoso, 2017). Dalam konteks keuangan Islam, perilaku konsumsi yang ideal adalah konsumsi yang didasarkan pada prinsip keseimbangan (*tawazun*), tidak berlebihan (*israf*), serta memperhatikan nilai kemanfaatan dan keberkahan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raf Ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ زَيْنَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَاَلَّا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS. Al-A'raf Ayat: 31)

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian besar terhadap pola konsumsi manusia, karena konsumsi yang tidak terkendali dapat menjerumuskan seseorang ke dalam perilaku boros, hedonis, bahkan melalaikan dari ibadah. Namun, realitas yang terjadi menunjukkan bahwa banyak mahasiswa Muslim masih terjebak dalam arus konsumtif yang cenderung dipengaruhi oleh media sosial, budaya populer, serta dorongan psikologis untuk tampil mengikuti tren. Perilaku ini semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses terhadap produk dan layanan melalui platform digital, seperti *e-commerce* dan digital wallet. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mendasar: sejauh mana nilai-nilai syariah telah terinternalisasi dalam diri mahasiswa Muslim, khususnya dalam hal pengambilan keputusan konsumsi.

Proses internalisasi nilai-nilai syariah memiliki peran yang sangat penting sebagai fondasi moral dan spiritual dalam membentuk perilaku yang selaras dengan ajaran Islam. Internalisasi tersebut tidak hanya sebatas pada pemahaman teoritis, tetapi juga mencakup proses transformasi nilai menjadi sikap dan tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Nilai (*value*) sendiri merupakan bagian penting dari pengalaman yang mampu memengaruhi perilaku individu secara berkelanjutan (Ristianah, 2020). Di antara berbagai nilai agama yang menjadi pedoman hidup manusia, nilai syariah menempati posisi yang fundamental. Nilai syariah dipahami sebagai seperangkat aturan atau ketetapan Allah Swt., yang mengatur pelaksanaan dan penyerahan diri secara utuh melalui proses ibadah. Nilai ini mencakup pengaturan hubungan manusia dengan Allah (*ibadah*), serta hubungan manusia dengan sesama dan dengan alam (*muamalah*) (Parhan *et al.*, 2020). Menurut Muhaimin (2021), internalisasi nilai-nilai Islam dalam perilaku ekonomi meliputi tiga aspek utama, yaitu pengenalan nilai (*value cognition*), penghayatan nilai (*value*

*appreciation*), dan penerapan nilai (*value actualization*). Ketiga aspek tersebut harus berjalan secara sinergis agar terbentuk karakter kepribadian Islami yang utuh dalam diri individu.

Menurut penelitian Kusumawardani & Marita (2023), rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa berdampak pada lemahnya kemampuan dalam mengontrol pengeluaran serta minimnya kesadaran dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Sutrisno (2022) yang menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai keislaman dalam perilaku ekonomi mahasiswa masih bersifat normatif dan belum sepenuhnya terimplementasi dalam aspek praktis kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Marotain & Jufri (2025) mengungkapkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, literasi keuangan syariah dan tingkat religiusitas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Sementara itu, penelitian Amalliya, Mugiani & Faqihuddin (2024) memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana platform *e-commerce* seperti TikTok Shop dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi Negeri Bandung, serta meninjau relevansinya dengan nilai-nilai moral Islam.

Mahasiswa di perguruan tinggi Islam sejatinya telah mendapatkan pendidikan agama yang lebih intensif dibandingkan mahasiswa umum. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana internalisasi nilai-nilai syariah terjadi dalam konteks nyata perilaku konsumsi mereka. Apakah pemahaman mereka terhadap prinsip konsumsi Islam seperti halal-haram, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial tercermin dalam perilaku sehari-hari? Ataukah masih terjadi kontradiksi antara nilai yang dipelajari dengan perilaku yang dijalankan?. Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam proses internalisasi nilai-nilai syariah dalam perilaku konsumtif mahasiswa Muslim, khususnya di lingkungan perguruan tinggi Islam. Penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam mengembangkan model pembinaan karakter ekonomi Islam yang relevan dengan tantangan zaman.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam proses internalisasi nilai-nilai syariah dalam perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di lingkungan perguruan tinggi Islam di Banyuwangi. Studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena dalam konteks aslinya secara rinci dan komprehensif. Menurut Creswell (2016), pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna yang dibangun individu terhadap suatu fenomena sosial, sedangkan Yin (2018) menyatakan bahwa studi kasus cocok digunakan ketika fokus penelitian adalah untuk menjawab pertanyaan “mengapa” dan “bagaimana” suatu proses terjadi dalam konteks nyata. Lokasi penelitian ini dilakukan di salah satu perguruan tinggi Islam di Kabupaten Banyuwangi (STIB, UNIIB, UIMSYA, dan STAIDU), yang dipilih secara purposive karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu lingkungan pendidikan Islam yang kental dan populasi mahasiswa Muslim yang dominan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap mahasiswa, dosen, dan pihak kampus yang relevan. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sebagaimana diungkapkan oleh Miles, Huberman & Saldana (2014) dalam model analisis interaktifnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Internalisasi Nilai-Nilai Syariah dalam Kehidupan Mahasiswa Muslim

Proses internalisasi nilai syariah merupakan inti dari pembentukan karakter Islami mahasiswa, termasuk dalam hal pola konsumsi sehari-hari. Internalisasi ini bukanlah proses yang bersifat instan atau langsung membentuk perilaku yang sesuai nilai Islam, melainkan berlangsung bertahap dan terus-menerus melalui tiga dimensi: kognitif, afektif, dan psikomotorik. Sebagaimana dijelaskan oleh Muhaimin (2021), internalisasi nilai meliputi tiga tahapan utama, yaitu: (1) *value cognition* (pengenalan nilai), (2) *value appreciation* (penghayatan nilai), dan (3) *value actualization* (penerapan nilai). Dalam konteks ini, mahasiswa Muslim yang telah mengenal prinsip keuangan Islam seperti larangan terhadap perilaku israf (berlebih-lebihan), pentingnya kesederhanaan (*wasathiyah*), serta nilai keberkahan dalam penggunaan harta akan cenderung mulai menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam pengambilan keputusan konsumsi mereka.

Tahap pengenalan nilai (*cognition*) biasanya dimulai melalui mata kuliah seperti Fiqh Muamalah atau Ekonomi Islam yang diajarkan di lingkungan perguruan tinggi Islam. Sementara itu, tahap penghayatan nilai (*appreciation*) terbentuk ketika mahasiswa mulai menyadari bahwa konsumsi bukan hanya soal memenuhi kebutuhan, tetapi juga berkaitan erat dengan tanggung jawab sebagai Muslim terhadap rezeki yang diperoleh. Tahap terakhir yaitu penerapan nilai (*actualization*), terlihat dari kemampuan mahasiswa mengontrol gaya hidupnya, menghindari pemborosan, dan berupaya memilih produk-produk yang sesuai dengan prinsip halal dan *thayyib*. Dalam wawancara yang dilakukan dengan salah satu mahasiswa semester 6 Program Studi Ekonomi Syariah di salah satu perguruan tinggi Islam di Banyuwangi, ia mengungkapkan:

“Saya mulai sadar tentang pentingnya mengatur pengeluaran dan nggak gampang tergoda diskon atau promo setelah ikut kajian ekonomi Islam di kampus. Di situ saya baru paham kalau boros itu bukan cuma nggak bagus secara finansial, tapi juga nggak disukai Allah. Sekarang saya lebih mikir sebelum beli sesuatu.” (Wawancara, AN, Mahasiswa Ekonomi Syariah, 20 Juni 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman belajar dan keterlibatan dalam kegiatan keislaman menjadi faktor penting dalam mendorong kesadaran nilai. Internalisasi tidak hanya berlangsung dalam ruang kelas, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitar mahasiswa. Lebih jauh, lingkungan kampus, peran dosen, organisasi kemahasiswaan Islam, serta komunitas kajian turut berperan besar sebagai agen sosialisasi nilai-nilai syariah. Thomas Lickona (1991) menekankan bahwa karakter yang kuat tidak bisa terbentuk secara individual, melainkan harus ditopang oleh lingkungan yang mendukung dan teladan yang nyata. Budaya kampus yang mendorong mahasiswa untuk hidup sederhana, membelanjakan uang secara bertanggung jawab, dan tidak tergoda oleh konsumsi berlebihan akan mempercepat proses internalisasi tersebut. Dalam wawancara lain, seorang dosen mata kuliah Fiqh Muamalah menyampaikan bahwa:

“Kadang mahasiswa memang sudah paham secara teori, tapi belum tergerak untuk mengubah perilaku. Karena itu penting bagi kami dosen untuk memberi contoh juga. Misalnya, saya selalu sampaikan bagaimana saya sendiri menunda beli barang yang belum dibutuhkan. Nilai itu harus dicontohkan, bukan hanya diajarkan.” (Wawancara, Dr. HH, Dosen Ekonomi Syariah, 20 Juni 2025)

Dari pernyataan tersebut, terlihat bahwa proses internalisasi tidak cukup hanya dengan pendekatan kognitif (teori), tetapi perlu ada afeksi (keteladanan dan perasaan) serta aksi nyata dalam praktik sehari-hari. Ketika mahasiswa melihat dan merasakan bahwa nilai-nilai syariah benar-benar hidup dalam lingkungan kampus mereka, maka mereka lebih terdorong untuk menerapkannya dalam perilaku nyata, termasuk dalam mengontrol perilaku konsumtif. Dengan demikian, internalisasi nilai-nilai syariah dalam perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di perguruan tinggi Islam di Banyuwangi merupakan proses yang kompleks dan dinamis, yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal, lingkungan sosial, keteladanan dosen, serta pengalaman spiritual mahasiswa itu sendiri.

### **Bentuk Perilaku Konsumtif dan Faktor yang Mempengaruhi dalam Perspektif Syariah**

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Muslim merupakan salah satu problematika kontemporer yang patut mendapat perhatian, khususnya di era digital yang sangat memanjakan gaya hidup instan dan praktis. Bentuk perilaku konsumtif ini dapat dilihat dari kecenderungan mahasiswa dalam membeli barang atau jasa yang tidak dibutuhkan secara riil, namun didorong oleh keinginan sesaat, tekanan sosial, atau bahkan untuk menjaga citra diri di media sosial. Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi lebih didorong oleh faktor emosional dan pengaruh eksternal. Salah satu mahasiswa yang diwawancarai mengakui:

“Kadang saya sendiri beli barang bukan karena perlu, tapi karena teman-teman juga punya. Apalagi kalau lihat di Instagram atau TikTok, kayaknya keren gitu. Akhirnya saya beli juga, walaupun sebenarnya nggak dibutuhkan banget.” (Wawancara, RA, Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, 21 Juni 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial dan budaya digital sangat kuat membentuk pola konsumsi mahasiswa. Dalam perspektif Islam, perilaku seperti ini bertentangan dengan nilai *qana'ah* (merasa cukup) dan *zuhud* (tidak berorientasi pada dunia), yang merupakan bagian dari prinsip hidup Islami. Islam menempatkan konsumsi pada tempat yang seimbang, tidak berlebihan (*israf*) dan tidak kikir (*taqtir*), sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Furqan Ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (QS. Al-Furqan Ayat 67)

Chapra (2000) dalam teori *Islamic Economics* menekankan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam harus diarahkan pada hikmah (kebijaksanaan), tidak semata-mata untuk memuaskan nafsu, tetapi juga memperhatikan keseimbangan spiritual, sosial, dan moral. Konsumsi yang berlebihan bukan hanya membahayakan kondisi keuangan pribadi, tetapi juga bisa menghilangkan keberkahan harta. Beberapa mahasiswa lain juga mengungkapkan bentuk perilaku konsumtif yang mereka alami:

“Setiap bulan saya selalu sisihkan uang buat belanja online, padahal kadang barangnya belum tentu dipakai. Kalau nggak beli rasanya kayak ada yang kurang aja.” (Wawancara, NH, Mahasiswa Pendidikan Agama Islam, 26 Juni 2025)

“Saya tahu konsep hidup sederhana itu bagian dari Islam, tapi jujur, kadang susah nahan godaan diskon, apalagi pas tanggal kembar di marketplace.” (Wawancara, MF, Mahasiswa Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, 26 Juni 2025)

Dari transkrip tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak mahasiswa menyadari pentingnya prinsip hidup Islami dalam mengatur pengeluaran, namun pada praktiknya masih banyak yang terjebak dalam pola konsumsi impulsif. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai yang dipahami secara kognitif dengan perilaku nyata yang dijalani sehari-hari. Rahmawati (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah turut memperkuat pola konsumsi yang tidak sehat. Mahasiswa yang belum memahami secara menyeluruh konsep keberkahan harta, prinsip kebutuhan dan keinginan, serta etika konsumsi Islami cenderung mengambil keputusan keuangan secara impulsif, bahkan tanpa mempertimbangkan kehalalan produk yang dikonsumsi. Faktor lain yang memengaruhi adalah kurangnya pembiasaan sejak dini dalam mengelola uang secara Islami, baik dari lingkungan keluarga maupun pendidikan formal. Selain itu, budaya pamer (*riya'*) yang muncul secara halus dalam dunia digital juga menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk konsumtif, agar terlihat tidak “ketinggalan zaman” di mata teman-teman mereka.

Maka dari itu, penting adanya integrasi nilai-nilai syariah dalam pendidikan karakter ekonomi mahasiswa secara lebih nyata, bukan hanya pada level teori, tetapi juga dalam bentuk praktik, pembiasaan, dan pengawasan. Program kampus seperti edukasi keuangan syariah, mentoring, dan kajian tematik tentang gaya hidup Islami perlu terus digalakkan agar mahasiswa tidak hanya paham, tetapi juga mampu mengaktualisasikan nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan ini, diharapkan perilaku konsumtif mahasiswa Muslim tidak sekadar dilihat sebagai bagian dari gaya hidup moder, tetapi sebagai cerminan dari pengelolaan harta yang bertanggung jawab, bernilai ibadah, dan mengarah pada keberkahan hidup.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa internalisasi nilai-nilai syariah dalam perilaku konsumtif mahasiswa Muslim merupakan proses yang kompleks dan berlangsung secara bertahap melalui tahapan pengenalan, penghayatan, hingga penerapan nilai. Mahasiswa yang mendapatkan pendidikan Islam secara formal di perguruan tinggi Islam memiliki bekal pengetahuan mengenai prinsip keuangan syariah, seperti larangan berlebih-lebihan (*israf*), pentingnya kesederhanaan (*wasathiyah*), serta nilai qana'ah dan keberkahan dalam penggunaan harta. Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya teraktualisasi dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Temuan penelitian menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang terjebak dalam pola konsumsi impulsif dan emosional, dipengaruhi oleh faktor psikologis, tekanan sosial, serta budaya digital yang konsumtif. Meskipun sebagian mahasiswa menyadari pentingnya hidup hemat dan sesuai prinsip Islam, mereka kerap kali sulit menghindari godaan diskon, tren media sosial, dan keinginan untuk mengikuti gaya hidup teman sebayanya.

Lingkungan kampus, dosen, dan organisasi kemahasiswaan Islam memainkan peran penting dalam mendukung proses internalisasi nilai-nilai syariah. Keteladanan dari para pendidik, pembiasaan melalui aktivitas kampus yang bernuansa Islami, serta penguatan literasi keuangan syariah secara praktis menjadi faktor pendukung dalam membentuk karakter konsumsi mahasiswa yang Islami. Dengan demikian, diperlukan upaya yang lebih sistematis dan menyeluruh untuk mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam pembentukan karakter mahasiswa, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsi. Internalisasi nilai tidak cukup hanya pada level kognitif, tetapi juga harus menyentuh aspek afektif dan

psikomotorik agar mahasiswa mampu menjadi pribadi yang bijak dalam konsumsi, bertanggung jawab secara spiritual, dan membawa nilai-nilai Islam dalam kehidupan ekonominya sehari-hari.

## REFERENSI

- Amalliya, A., Mugiani, D. P., & Faqihuddin, A. (2024). Dampak Mengakses TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dan Pandangannya Menurut Islam. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7346-7359.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Kusumawardani, R., & Marita, R. (2023). Internalisasi Nilai-Nilai Keislaman dalam Perilaku Keuangan Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 45-59.
- Lickona, T. (1991). *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. New York: Bantam Books.
- Marotain, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(02), 423-437. <https://doi.org/10.37366/jespb.v10i02.2870>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Muhaimin. (2021). *Rekonstruksi Pendidikan Nilai: Pendekatan Integratif dalam Pendidikan Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Parhan, M., Pratiwi, D. D., Diria, F. S., Aulia, H., & Karimah, N. P. (2024). Internalisasi nilai-nilai Islam dalam Pendidikan Formal dan Informal: kajian literatur tentang akidah, syariah, dan akhlak. *Indonesian Journal of Islamic Religious Education*, 2(2), 203-214. <https://doi.org/10.63243/nrtqqz19>
- Rahmawati, S. (2020). Perilaku Konsumtif Mahasiswa dan Kaitannya dengan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 87-95.
- Ristianah, N. (2020). Internalisasi nilai-nilai keislaman perspektif sosial kemasyarakatan. *Darajat: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 1-13. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/Darajat/article/view/437>
- Saputri, I., Syamsir, S., & Rahman, H. (2022). Implementasi Nilai Pendidikan Islam dalam Meminimalisir Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Al-Ilmi Jurnal Riset Pendidikan Islam*, 3(1), 19-27. <https://doi.org/10.47435/al-ilm.v3i1.1272>
- Supriadi, S., & Ahmad, N. I. (2020). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(01), 81-95. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v4i01.3376>
- Sutrisno, H. (2022). Konsumerisme Mahasiswa Muslim di Era Digital: Tinjauan Sosiologis dan Nilai Islam. *Jurnal Sosiologi Agama*, 18(2), 112-130.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (Vol. 6). Thousand Oaks, CA: Sage.