

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Pendidikan, dan Hukum Universitas Muhammadiyah Kudus

Mohammad Alwi Sihab¹, Nurani Puspa Ningrum², Muhammad Nur Salim³

¹²³Fakultas Ekonomi, Pendidikan dan Hukum Universitas Muhammadiyah Kudus

42022060003@std.umku.ac.id¹, nuranipuspa@umkudus.ac.id²,

nursalim@umkudus.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Sharia financial literacy, lifestyle, and Fear of Missing Out (FoMO) on the consumptive behavior of students from the Faculty of Economics, Education, and Law (FEPH). The study employs a quantitative approach with an associative research design. The sample consists of 147 FEPH students selected using purposive sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS software. The results indicate that Sharia financial literacy has a positive and significant effect on consumptive behavior. Lifestyle and Fear of Missing Out also have positive and significant effects on consumptive behavior. Simultaneously, Sharia financial literacy, lifestyle, and Fear of Missing Out significantly influence the consumptive behavior of FEPH students. These findings demonstrate that all three variables play a crucial role in shaping student consumptive behavior. Therefore, sound financial management, along with the control of lifestyle and FoMO tendencies, is necessary to manage consumptive behavior more wisely.

Keywords: sharia financial literacy, lifestyle, fear of missing out, consumptive behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Pendidikan, dan Hukum (FEPH). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 147 mahasiswa FEPH yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Gaya Hidup dan *Fear of Missing Out* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Secara simultan, Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *Fear of Missing Out* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEPH. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan keuangan yang baik serta pengendalian gaya hidup dan kecenderungan FoMO agar perilaku konsumtif dapat dikendalikan secara lebih bijak.

Kata Kunci: literasi keuangan syariah, gaya hidup, *fear of missing out*, perilaku konsumtif

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi telah membawa perubahan yang cukup besar dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal trend dan gaya hidup sekarang yang terus berkembang.

Menurut Nasution dkk (2021), teknologi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama melalui semakin luasnya adopsi teknologi informasi dan komunikasi di sektor digital, e-commerce, serta start-up. Berdasarkan laporan Kinerja Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Indonesia Tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia yang mencapai 80,66% pada tahun 2025 telah mendorong peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* hingga mencapai 73,06 juta pengguna. Angka pengguna ini diproyeksikan akan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan hingga mencapai 99,01 juta pengguna pada tahun 2029. Kemudahan akses terhadap layanan *e-commerce*, start-up, dan berbagai aktivitas digital lainnya ini sayangnya sering kali dimanfaatkan secara tidak bijak, sehingga memicu gaya hidup yang dinamis dan memunculkan fenomena perilaku konsumtif pada kalangan generasi muda, terutama Generasi muda. (Lestari, dkk 2022)

Fenomena perilaku konsumtif sendiri semakin banyak ditemukan pada kalangan Generasi muda. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya perilaku pembelian impulsif, kebiasaan mengikuti tren, serta keinginan untuk memperoleh kepuasan dan pengakuan sosial melalui konsumsi. Kondisi tersebut menyebabkan individu kurang mampu mengendalikan pengeluaran dan cenderung mengabaikan perencanaan keuangan, sehingga berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan finansial di masa mendatang.

Perilaku konsumtif itu sendiri menurut Bila dan Marlina (2024) merupakan perilaku konsumtif yang ingin membeli produk demi memenuhi keinginannya untuk memuaskan diri mereka tetapi terhalang oleh kemampuan bayar. Sementara itu pendapat dari penelitian Nadhifah dan Sucipto (2024) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah ketika seseorang menghabiskan uang secara berlebihan tanpa berpikir secara rasional, seringkali mengakibatkan utang besar dan ketidakstabilan keuangan di masa depan.

Hal ini diperkuat oleh data penelitian dari Nadhifah dkk (2024) yang menunjukkan bahwa Generasi muda memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi sebesar 68,2%, sementara tingkat perilaku konsumtif rendah hanya sebesar 31,8%. Dengan kata lain, tingkat perilaku konsumtif pada Generasi muda tergolong cukup tinggi. Temuan lain dari Fadillah dkk. (2025) juga mengungkapkan bahwa 58,6% responden terindikasi memiliki perilaku konsumtif. Kedua temuan ini menunjukkan besarnya kemungkinan Generasi muda melakukan konsumsi yang lebih berorientasi pada keinginan dibandingkan kebutuhan, sehingga literasi keuangan syariah diharapkan dapat berperan agar Generasi muda mampu mengontrol pengeluaran dan pemasukan agar tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan tidak sejalan dengan prinsip pengelolaan harta yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيْنَتَكَ مَعَكَ كُلَّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

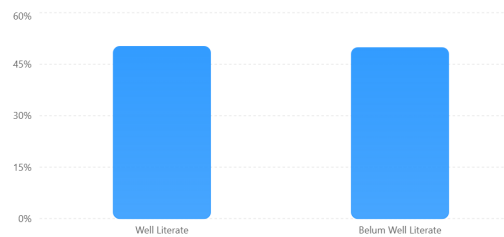
Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap

(memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf [7]: 31)

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam menganjurkan umatnya untuk memenuhi kebutuhan secara wajar serta menghindari sikap berlebihan (*isrāf*) dalam mengonsumsi harta. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah menjadi salah satu upaya yang diharapkan mampu membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana pada Generasi muda terutama mahasiswa, sehingga mereka dapat mengendalikan pengeluaran sesuai kebutuhan, menghindari perilaku konsumtif, dan mewujudkan kesejahteraan finansial di masa depan.

Namun, harapan tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam praktiknya. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa meningkatnya akses terhadap layanan keuangan digital, seperti *e-commerce*, *paylater*, dan dompet digital, justru turut mendorong tingginya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan Generasi muda. Peningkatan akses tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan tingkat literasi keuangan syariah yang memadai. Akibatnya, masih banyak individu yang belum mampu mengelola keuangan sesuai prinsip syariah dan cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan. Kondisi ini menjadi perhatian penting karena literasi keuangan syariah diharapkan dapat membentuk perilaku keuangan yang lebih bijaksana serta menekan kecenderungan perilaku konsumtif, khususnya pada Generasi muda. Dalam konteks tersebut, literasi keuangan syariah menjadi salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan mengendalikan perilaku konsumtif.

Literasi keuangan Syariah menurut Mellysa Nur Pratiwi dan Syaeful Bakhri (2025) dapat diartikan dengan pengetahuan keuangan yang didasarkan prinsip syariah dimana seseorang dapat menerapkan pengetahuannya tentang keuangan dan manajemen serta menilai segala sesuatu dengan menggunakan informasi keuangan untuk mengelola sumber daya keuangan dalam rangka mencapai standar kesejahteraan yang sesuai dengan hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist. Sementara Amrul Hidayat, dkk (2023) mengatakan bahwa Literasi keuangan syariah merupakan pemahaman untuk menggunakan serta mengatur keuangan yang dimiliki yang sesuai ajaran Islam. Sedangkan definisi lain mengenai literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam hal pengetahuan, kesadaran, serta keterampilan buat membedakan antara halal serta haram dalam produk serta layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah (Dzulhijrah dkk. 2025). Dengan kata lain Literasi keuangan Syariah (*Shariah Financial Literacy*) merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya.



Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Syariah 2025
(Sumber : SNLKI BI 2025)

Pentingnya literasi keuangan syariah tersebut turut tercermin dalam data hasil Survei Nasional Literasi Ekonomi Syariah (SNLEK) 2025 yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Survei ini melibatkan 4.266 responden di 18 provinsi yang merepresentasikan 90% populasi muslim Indonesia, dengan tingkat *sampling error* sebesar $\pm 1,54\%$. Hasil survei mencatat bahwa pada tahun 2025, Indeks Literasi Ekonomi Syariah telah mencapai angka 50,18%. Capaian ini mengindikasikan bahwa sekitar 50 dari 100 penduduk muslim Indonesia telah memiliki pemahaman ekonomi syariah yang baik (*well literate*). Meskipun secara nasional tren angka ini melompat cukup tinggi pada tahun 2025, berbagai riset akademis di lingkungan kampus menunjukkan bahwa di kalangan Generasi muda sendiri, tingkat pemahaman mendalam mengenai keuangan syariah masih sering dikategorikan rendah hingga moderat.

Beberapa riset akademis tersebut antara lain ditunjukkan oleh temuan Dzulhijrah dkk. (2025) yang mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada Generasi muda di wilayah Jabodetabek berada pada kategori cukup baik, dengan rata-rata skor mencapai 75,48%. Dalam studi tersebut, aspek ZISWAF menjadi sektor dengan tingkat literasi tertinggi, yakni sebesar 82,82%. Namun, nilai pengetahuan yang tinggi ini tidak serta merta diikuti dengan penerapan yang konsisten dalam pengelolaan keuangan pribadi, karena tuntutan lingkungan sosial dan gaya hidup modern sering kali memicu pergeseran perilaku konsumtif. Temuan lain Khairatun Hisan, dkk (2021) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah para santri secara keseluruhan berada pada kategori sedang, dengan rata-rata nilai sebesar 68,10%. Secara rinci, aspek pengetahuan keuangan dasar syariah mencatat nilai tertinggi sebesar 74,38%, sementara aspek keuangan pribadi menunjukkan hasil terendah, yaitu 54,97%. Kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan penerapan praktis inilah yang menunjukkan perlunya edukasi yang lebih intensif, khususnya pada aspek pengelolaan keuangan pribadi, terlebih di tengah gaya hidup Generasi muda yang serba modern dan konsumtif.

Dalam perspektif Islam, pentingnya literasi keuangan secara bijaksana ditegaskan dalam firman Allah Swt. pada QS. Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya.*

Ayat ini menunjukkan pentingnya memiliki pemahaman, ketelitian, tanggung

jawab, dan transparansi dalam setiap transaksi keuangan. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan literasi keuangan syariah, yaitu kemampuan seseorang untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Melalui literasi keuangan syariah, individu diharapkan mampu mengelola sumber daya keuangannya secara bijaksana, menghindari praktik yang bertentangan dengan syariat, serta mencapai kesejahteraan finansial yang berkelanjutan.

Kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan penerapan praktis tersebut tidak terlepas dari fenomena perubahan gaya hidup pada Generasi muda, yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mereka mengalami pergeseran dari orientasi pemenuhan kebutuhan menuju orientasi pemenuhan keinginan. Keputusan konsumtif tidak hanya didasarkan pada aspek fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh tren yang berkembang, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta keinginan untuk meningkatkan kepuasan dan citra diri. Kondisi inilah yang menjadikan Generasi muda lebih rentan terhadap perilaku konsumtif di tengah arus gaya hidup modern yang mereka jalani. Menurut peneliti, kondisi tersebut akan semakin berisiko apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan syariah yang memadai. Tanpa adanya literasi keuangan syariah, Generasi muda akan lebih sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta kurang mampu mempertimbangkan keputusan konsumsi berdasarkan kemampuan keuangan dan prinsip syariah. Hal tersebut dapat mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan dan mengikuti tren tanpa mempertimbangkan skala prioritas dalam pengelolaan keuangan. Hal tersebut dapat mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan dan mengikuti tren tanpa mempertimbangkan skala prioritas dalam pengelolaan keuangan. Dalam kondisi tersebut, gaya hidup menjadi salah satu faktor yang dapat memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif, karena pola aktivitas, minat, dan pandangan individu dapat memengaruhi cara mereka dalam menentukan pilihan konsumsi.

Istilah gaya hidup sendiri telah banyak didefinisikan dalam berbagai penelitian. Gaya hidup sendiri menurut Tae dan Bessie (2021) gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu atas produk yang dikonsumsi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Miswanto, dkk (2022) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola individu dalam mengelola waktu dan pendapatan. Menurut Wahyuni dan Radiman (2023), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, serta opini, dan terbentuk sebagai fungsi dari karakteristik individu hasil interaksi sosial.

Dalam penelitian Candraningtyas Sari dkk. (2024) data menunjukkan dominasi kategori gaya hidup tinggi sebesar 84%. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa realitas di lapangan menuntut individu untuk mengikuti gaya hidup tertentu yang cenderung tinggi, sehingga dapat menjadi pemicu munculnya perilaku konsumtif karena adanya dorongan untuk memenuhi ekspektasi sosial. Temuan lain dari Anjani dan Guspa (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa

gaya hidup berkontribusi sebesar 60,84% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 39,16% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Dalam perspektif Islam, gaya hidup yang baik adalah gaya hidup yang sederhana, seimbang, dan tidak berlebihan. Hal ini sebagaimana firman Allah Swt. Dalam QS. Al-Furqan [25]: 67 yang berbunyi

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

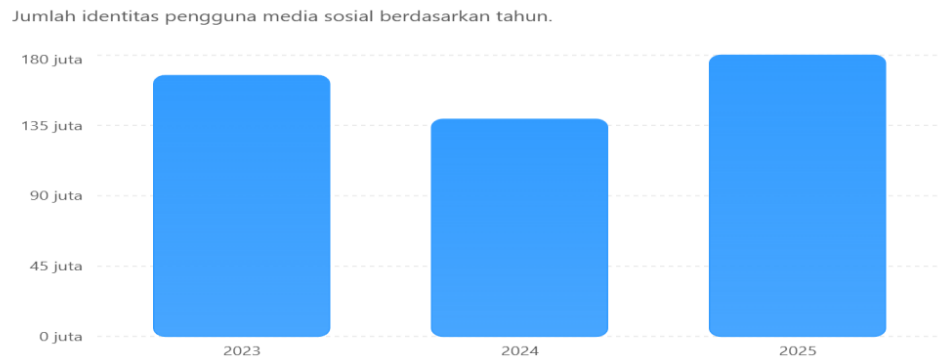
Artinya: "Dan orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. Di antara keduanya secara wajar." (QS. Al-Furqan [25]: 67)

Ayat tersebut mengajarkan bahwa setiap individu diperbolehkan menikmati nikmat yang diberikan Allah, tetapi tetap harus menghindari sikap berlebihan (*israf*) dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Dengan demikian, gaya hidup dalam Islam tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kepuasan duniawi, tetapi juga menekankan kesederhanaan, pengendalian diri, dan penggunaan harta secara bijaksana sesuai dengan tuntunan syariat.

Di samping perubahan gaya hidup tersebut, ada peran dari perkembangan teknologi digital dan media sosial juga, dan dapat memunculkan fenomena di kalangan generasi muda yaitu *Fear Of Missing Out*. Fenomena *Fear Of Missing Out* semakin marak terjadi di kalangan Generasi muda. Kemudahan akses internet dan tingginya intensitas penggunaan media sosial membuat Generasi muda terus terpapar berbagai informasi mengenai tren terbaru, gaya hidup, aktivitas hiburan, hingga produk yang sedang populer. Kondisi ini menimbulkan kecenderungan untuk selalu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak dianggap tertinggal atau kehilangan eksistensi di lingkungan sosialnya. Individu yang mengalami *Fear Of Missing Out* cenderung terdorong untuk membeli produk yang sedang tren, mengikuti gaya hidup yang populer.

Kusuma dkk. (2022) menyatakan bahwa *Fear Of Missing Out* adalah keinginan yang besar untuk tetap terhubung dengan aktivitas orang lain melalui media sosial. Tekanan dari media sosial maupun lingkungan ini membuat Generasi muda sering kali kesulitan mengendalikan dorongan perilaku konsumtif berlebihan. Temuan Cahyadi (2021) hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 240 orang (87%), sedangkan dilihat dari hasil pengukuran *Fear Of Missing Out* berdasarkan jenis kelamin, dari total 48 Generasi muda laki-laki, sejumlah 42 orang (88%) berada dalam kategori sedang. Demikian juga hasil pengukuran *Fear Of Missing Out* untuk Generasi muda yang berjenis kelamin perempuan. Dari 229 orang Generasi muda perempuan, sejumlah 198 (87%) juga termasuk kategori sedang. Artinya, baik laki-laki dan juga perempuan sebagian besar memiliki *Fear Of Missing Out* dalam kategori sedang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Generasi muda, baik laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan mengalami *Fear Of Missing Out* dalam kategori sedang, atau dalam arti lain adalah mereka memiliki tingkat kecemasan, kegelisahan, dan rasa takut yang tergolong sedang meskipun mereka kehilangan momen atau peristiwa berharga bersama orang lain dan mereka tidak bisa hadir di dalamnya.

Gambar 2.2 Data Pengguna Sosial Media



Sumber; *We are Social*

Menurut data laporan *We Are Social* tahun 2024, jumlahnya menyusut menjadi 139 juta pengguna, mencakup sekitar 49,9% dari total populasi. Awal 2025 jumlah identitas pengguna media sosial kembali melonjak tajam mencapai 180 juta akun, atau setara dengan 62,9% dari total populasi buat grafik. Kondisi ini menunjukkan besarnya potensi munculnya *Fear of Missing Out*, terutama di kalangan anak muda yang aktif menggunakan platform sosial media seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Dari perspektif pendidikan, *Fear Of Missing Out* dapat memengaruhi konsentrasi belajar dan menurunkan produktivitas Generasi muda. (Rozgonjuk dkk. 2020) menemukan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* yang tinggi berhubungan dengan *academic procrastination*, di mana Generasi muda lebih sering memeriksa media sosial dibanding menyelesaikan tugas, sehingga berdampak negatif terhadap prestasi akademik. Selain berdampak pada aspek akademik, *Fear Of Missing Out* juga terbukti memengaruhi kesejahteraan psikologis Generasi muda secara lebih luas. Przybylski dkk. (2013) melaporkan bahwa 50% Generasi muda merasakan *Fear Of Missing Out* yang berpengaruh pada kesejahteraan psikologis mereka, penelitian lain juga mengungkapkan bahwa sekitar 64% (Kholizha dkk 2025).

Dalam perspektif Islam juga, kecenderungan untuk selalu mengikuti tren dan berlomba dalam urusan dunia telah diingatkan oleh Allah Swt. dalam QS. Al-Hadid ayat 20 yang berbunyi

أَعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ ۚ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَبًا ۚ وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ ۚ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

Artinya: Ketahuilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan. (Perumpamaannya adalah) seperti hujan yang tanamannya mengagumkan para petani, lalu mengering dan kamu lihat menguning, kemudian hancur. Di akhirat ada azab yang keras serta ampunan dari Allah dan keridaan-Nya. Kehidupan dunia (bagi orang-orang yang lengah) hanyalah kesenangan yang memperdaya.

Ayat ini memberikan pelajaran bahwa seorang muslim hendaknya tidak menjadikan pengakuan sosial sebagai tujuan utama, melainkan mampu mengendalikan diri dari dorongan untuk selalu mengikuti apa yang dimiliki orang lain. Nilai tersebut relevan dengan fenomena *Fear of Missing Out*, yaitu kecemasan ketika merasa tertinggal dari tren atau aktivitas orang lain yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Pendidikan, dan Hukum Universitas Muhammadiyah Kudus angkatan 2022–2026.

Populasi penelitian berjumlah 318 mahasiswa dari Program Studi S1 Ekonomi Syariah, S1 Akuntansi, dan S1 Bisnis Digital. Penentuan sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 147 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif, berasal dari ketiga program studi tersebut, dan bersedia menjadi responden. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji INSTRUMEN

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment atau menggunakan pearson corellation.

Tabel 3. 1 Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,679	< 0,001	Valid
	X1.2	0,715	< 0,001	Valid
	X1.3	0,655	< 0,001	Valid
	X1.4	0,526	< 0,001	Valid
	X1.5	0,674	< 0,001	Valid
	X1.6	0,651	< 0,001	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,728	< 0,001	Valid
	X2.2	0,664	< 0,001	Valid
	X2.3	0,735	< 0,001	Valid

	X2.4	0,772	< 0,001	Valid
	X2.5	0,698	< 0,001	Valid
	X2.6	0,365	< 0,001	Valid
<i>Fear of Missing Out (X3)</i>	X3.1	0,550	< 0,001	Valid
	X3.2	0,742	< 0,001	Valid
	X3.3	0,716	< 0,001	Valid
	X3.4	0,677	< 0,001	Valid
	X3.5	0,634	< 0,001	Valid
	X3.6	0,594	< 0,001	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1.1	0,739	< 0,001	Valid
	Y1.2	0,721	< 0,001	Valid
	Y1.3	0,781	< 0,001	Valid
	Y1.4	0,801	< 0,001	Valid
	Y1.5	0,572	< 0,001	Valid
	Y1.6	0,696	< 0,001	Valid

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), Fear of Missing Out (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,7123 ($N = 147$; $\alpha = 0,05$). Selain itu, seluruh item memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ (bahkan seluruhnya $< 0,001$). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

b) Uji Reabilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Dengan kata lain, instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten, tidak berubah-ubah, dan menunjukkan hasil yang serupa ketika digunakan berulang kali. Reliabilitas juga mengandung makna bahwa suatu alat ukur cukup layak dipercaya karena tidak mengarahkan responden pada pilihan jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Tabel 3. 2 Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,719	0.60	Reliabel
2	Gaya Hidup (X2)	0,734	0,60	Reliabel
3	<i>Fear of Missing Out (X3)</i>	0,728	0,60	Reliabel

4	Perilaku Konsumtif (Y)	0,810	0,60	Reliabel
---	------------------------	-------	------	----------

Sumber: Data Primer 2026

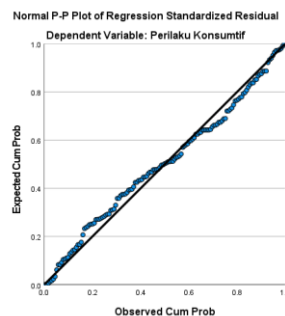
Berdasarkan Tabel 3.2 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum sebesar 0,60. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,719, variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,734, variabel Fear of Missing Out (X3) sebesar 0,728, dan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,810. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memenuhi kriteria nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga instrumen penelitian layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dan dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

2. Uji ASUMSI KLASIK

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk penelitian ini menggunakan menguji apakah dalam model regresi. Metode uji normalitas yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Tabel 3. 3 Hasil Uji Normalitas



Test Normalitas

Dependent Variable Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, titik-titik residual terlihat menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, pola penyebaran secara keseluruhan masih mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel Variance Inflation Faktor (VIF)

Tabel 3. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Variabel	Tolerance	VIF
1	(Constant)	–	–
	Literasi Keuangan Syariah	0,873	1,146
	Gaya Hidup	0,830	1,205
	<i>Fear of Missing Out</i>	0,770	1,299

Test Multikolinearitas

Dependent Variable Perilaku Konsumtif

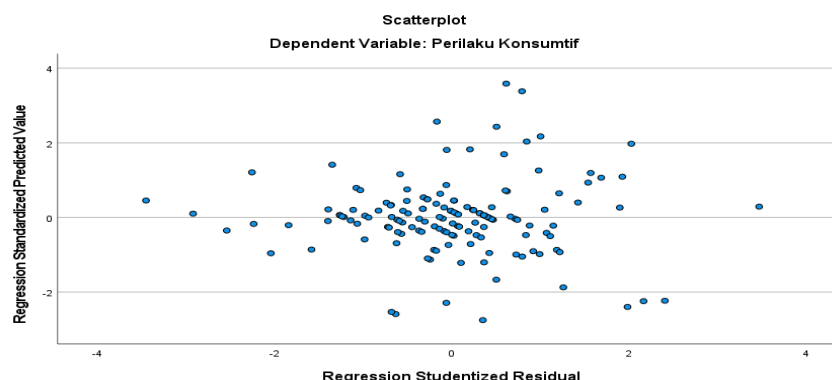
Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,873 dan VIF sebesar 1,146. Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,830 dan VIF sebesar 1,205. Sementara itu, variabel Fear of Missing Out (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,770 dan VIF sebesar 1,299. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain, pada penelitian ini menggunakan scatter plot

Tabel 3. 5 Uji Heteroskedastisitas



Test Heteroskedastisitas

Dependent Variable Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.5 uji hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya dalam model regresi. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin-Watson (DW). Menurut Ghazali, model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 3 6 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,653	0,426	0,414	3,716	1,920

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil uji Durbin-Watson, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,920. Nilai tersebut mendekati angka 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat indikasi autokorelasi yang kuat pada residual. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi independensi residual.

3. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2023), regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas atau predictor.

Tabel 3 7 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-0,117	1,778	-	-0,066	0,948
	Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,175	0,073	0,162	2,388	0,018
	Gaya Hidup (X2)	0,324	0,083	0,271	3,902	<0,001
	Fear of Missing Out (X3)	0,433	0,076	0,413	5,713	<0,001

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.7 hasil uji regresi linear berganda, variabel Literasi Keuangan Syariah memiliki koefisien regresi sebesar 0,162 dengan nilai signifikansi 0,018, Gaya Hidup sebesar 0,271 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, dan Fear of Missing Out sebesar 0,413 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$.

4. Uji Parsial (Uji T)

Uji t merupakan salah satu bentuk pengujian hipotesis yang digunakan dalam analisis regresi, baik regresi linier sederhana maupun regresi linier berganda. Tujuan utama uji t adalah untuk menilai apakah masing-masing variabel independen (X) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

1. X1 terhadap Y

Tabel 3. 8 Uji Parsial T

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	8,679	1,691	–	5,132	$< 0,001$
Literasi Keuangan Syariah	0,393	0,083	0,365	4,715	$< 0,001$

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.8 hasil uji parsial, variabel Literasi Keuangan Syariah memiliki koefisien regresi sebesar 0,453 dengan nilai t sebesar 4,715 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

2. X2 terhadap Y

Tabel 3. 9 Uji Parsial T

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	6,552	1,570	–	4,174	$< 0,001$
Gaya Hidup	0,565	0,087	0,474	6,477	$< 0,001$

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.9 hasil uji parsial, variabel Gaya Hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,565 dengan nilai t sebesar 6,477 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

3. X3 terhadap Y

Tabel 3. 10 Uji Parsial T

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	6,033	1,266	–	4,764	< 0,001
Fear of Missing Out	0,606	0,071	0,578	8,520	< 0,001

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.10 hasil uji parsial, variabel Fear of Missing Out (FoMO) memiliki koefisien regresi sebesar 0,606 dengan nilai t sebesar 8,520 dan nilai signifikansi < 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Fear of Missing Out (FoMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

2. Uji Simultan F

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan, yaitu apakah variabel literasi keuangan syariah(X1), gaya hidup(X2), dan *fear of missing out* (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F ada dua cara sebagai berikut: Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) dari output ANOVA:

Tabel 3 .11Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1465,339	3	488,446	35,364	< 0,001
Residual	1975,123	143	13,812	–	–
Total	3440,463	146	–	–	–

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan tabel 3. 11 hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 35,364 dengan nilai signifikansi < 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *fear of missing out* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Uji Koeffisien Determinasi R**Tabel 3.12 Uji Koeffisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,653	0,426	0,414	3,716

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan Tabel 3.12 diperoleh nilai R Square sebesar 0,426 atau 42,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Fear

of Missing Out (FoMO) mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif sebesar 42,6%, sedangkan sisanya sebesar 57,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

1. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Literasi Keuangan Syariah memiliki koefisien regresi sebesar 0,453 dengan nilai t sebesar 4,715 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sehingga H1 diterima. Arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan Literasi Keuangan Syariah diikuti dengan peningkatan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa FEPH Universitas Muhammadiyah Kudus.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aisyah dkk (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan berperan dalam membentuk keputusan konsumsi seseorang. Namun, arah pengaruh positif dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah lebih baik belum tentu memiliki perilaku konsumsi yang lebih hemat. Pengetahuan yang dimiliki dapat meningkatkan kemampuan mengelola keuangan, tetapi jika tidak disertai pengendalian diri, mahasiswa tetap dapat melakukan konsumsi yang tinggi selama masih berada dalam batas kemampuan finansialnya.

Dalam perspektif ekonomi syariah, literasi keuangan syariah seharusnya mendorong individu untuk mengelola harta secara bijaksana, menghindari pemborosan (*israf*) dan penghamburan (*tabdzir*), serta mengutamakan kemaslahatan dalam setiap keputusan konsumsi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah perlu diimbangi dengan penerapan nilai-nilai syariah agar perilaku konsumsi menjadi lebih rasional dan sesuai dengan prinsip Islam.

2. Analisis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Gaya Hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,565 dengan nilai t sebesar 6,477 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sehingga H2 diterima. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yunus (2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, media sosial, dan lingkungan pergaulan mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren, sehingga meningkatkan keinginan membeli barang atau jasa yang sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama.

Menurut perspektif ekonomi syariah, konsumsi hendaknya dilakukan secara seimbang dan berdasarkan kebutuhan, bukan semata-mata untuk memenuhi gaya hidup atau memperoleh pengakuan sosial. Islam mengajarkan prinsip wasathiyah (keseimbangan) dalam konsumsi sehingga setiap individu diharapkan mampu menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan menggunakan hartanya untuk tujuan yang lebih bermanfaat.

3. Analisis Pengaruh Fear Of Missing Out terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Fear of Missing Out (FoMO) memiliki koefisien regresi sebesar 0,606 dengan nilai t sebesar 8,520 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sehingga H3 diterima. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Fear of Missing Out yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apolo, dkk (2023) yang menyatakan bahwa berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa yang memiliki tingkat *Fear Of Missing Out* tinggi cenderung terdorong untuk membeli produk, mengikuti tren, atau mencoba pengalaman tertentu agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya. Pengaruh media sosial yang intensif semakin memperkuat kecenderungan tersebut.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi yang didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islam. Islam mengajarkan agar setiap muslim mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan, menghindari sifat berlebihan (*israf*), serta memanfaatkan harta sebagai amanah yang harus digunakan secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, pengendalian terhadap *fear of missing out* menjadi penting agar keputusan konsumsi tetap didasarkan pada prinsip kemaslahatan dan nilai-nilai syariah.

4. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup dan Fear Of Missing Out terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 35,364 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan *fear of missing out* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Pendidikan, dan Hukum (FEPH) Universitas Muhammadiyah Kudus. Nilai R Square sebesar 0,426 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 57,4% variasi perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mellysa Nur Pratiwi dan Syaeful Bakhri (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk perilaku konsumsi, serta penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa gaya hidup dan *fear of missing out* turut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi hendaknya dilakukan secara seimbang, mengutamakan kebutuhan, serta menghindari israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan). Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah disertai kemampuan mengendalikan gaya hidup dan *fear of missing out* diharapkan mampu membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana dan sesuai dengan prinsip syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Fear of Missing Out (FoMO) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi, Pendidikan, dan Hukum (FEPH) Universitas Muhammadiyah Kudus. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan FoMO mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dan mampu menjelaskan sebesar 56,8% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, H1, H2, H3, dan H4 dinyatakan diterima.

Bagi mahasiswa, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mengelola keuangan dan mengendalikan gaya hidup serta FoMO agar lebih bijak dalam melakukan konsumsi. Bagi pihak universitas, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk meningkatkan edukasi mengenai literasi keuangan syariah dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif serta menggunakan objek dan sampel penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti., Maula Nasrifah., Nailin Nikmatul Maulidiyah., and Jemsi Jurnal Ekonomi. (2025). "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Abstrak." 11(3), 1504-14.
- Anjani, Mutiara., and Anindra Guspa. (2024). "Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UNP." 2(2), 187-94.
- Apolo, Michelle., Meike Kurniawati., and Psikologi Universitas Tarumanagara. (2023). "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir pada Produk Merchandise KPOP." 3, 3847-58.
- Bila, Siti Marisa., and Novi Marlina. (2024). "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater." 12(2).
- Cahyadi, Andi. (n.d.). "Andi Cahyadi Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa 146." 146-54.
- Candraningtyas Sari, Ariella., Elia Firda Mufidah., Dian Safitri., Nabilla Putri Qurr., and Sofiea Cameilya Putri. (2024). "Studi Kasus Tingkat Gaya Hidup Hedonisme di

- Kalangan Mahasiswa." *PD ABKIN JATIM Open Journal System*, 4(1), 28–34. <https://ojs.abkinjatim.org/index.php/ojspdabkin/article/view/171>.
- Dzulhijrah, Andrean., Diana Nur., Milasiti Nursadiyah., and M Zaky Khaerul. (2025). "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Generasi Z."
- Fadillah, Seva., Romi Adetio Setiawan., Universitas Islam., Negeri Fatmawati., Sukarno Bengkulu., and Media Sosial. (2025). "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial." 10(204), 2378–99.
- Hidayat, Amrul., Wahyuddin Abdullah., Andi Zulfikar., Andi Darussalam. (2023). "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Lingkungan Sosial terhadap Pola Konsumsi dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi." 224–39.
- Hisan, Khairatun., Farhatul Muhaya., Safwan Kamal. (2021). "Tingkat Literasi Keuangan Syariah Santri Dayah." 6(2016), 200–218.
- Kholizha, Nur., Putri Andini., and Ahmad Junaidi. (2025). "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok." 61–70.
- Kusuma, Linda., Dewi Rahardjo., Christiana Hari Soetjningsih., Universitas Kristen., and Satya Wacana. (2022). "Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa." 4(3), 456–61.
- Lestari, Novia Indah., Mery Ramadani., and Sutikno Sutikno. (2022). "Peran E-Lifestyle, Budaya Digital, dan E-Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y dalam Bertransaksi di E-Commerce." *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 7(2), 173–86. doi:10.24967/ekombis.v7i2.1844.
- Miswanto., Izza Salsabila., and Titik Kusmantini. (2022). "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 70–86. doi:10.32477/jkb.v30i2.444.
- Nadhifah, Hafsyah Afra., Muhammad Arif Budiman Sucipto., Hanung Sudibyo. (2024). "Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan." 10(1), 17–27.
- Nasution, Adelya Natasya., and Syukron Arjuna. (2025). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gaya Hidup Mahasiswa di Era Society." *Jurnal Minfo Polgan* 14(1), 501–17. doi:10.33395/jmp.v14i1.14766.
- Pratiwi, Mellysa Nur., Syaeful Bakhri., Sri Rokhlinasari. (2025). "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening." 20(2).
- Rozgonjuk, Dmitri., Cornelia Sindermann., Jon D Elhai., and Christian Montag. (2020). "Fear of Missing out (FoMO) and Social Media's Impact on Daily-Life and Productivity at Work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat Use Disorders Mediate That Association?" *Addictive Behaviors*, 1–40. doi:10.1016/j.addbeh.2020.106487.
- Tae, Bernadetha Ernayani., and Juita L. D Bessie. (2021). "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) (Survei pada Pelanggan the Kings Resto Kupang)." *Transformatif*, 10(1), 27–

45. doi:10.58300/transformatif.v10i1.162.

Taslim., Radia Karamaha., and Muhsin N Bailusy Fadli Ali. (2023). "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa." 20(1), 33-46.

Yunus, Muhammad. (2024). "Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon." 2, 183-98.