

## PENGARUH RELIGIUSITAS, *BUDGET CONSTRAINT*, DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MUSLIM DI KECAMATAN TANJUNG MORAWA

Nur Rani Friska

Prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[nurrani@gmail.com](mailto:nurrani@gmail.com)

Fauzi Arif Lubis

Prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[fauziariflbs@uinsu.ac.id](mailto:fauziariflbs@uinsu.ac.id)

Reni Ria Armayani Hasibuan

Prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[reniriaarmayani@uinsu.ac.id](mailto:reniriaarmayani@uinsu.ac.id)

---

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk:  
8 Oktober 2023

Tanggal Revisi:  
20 Oktober 2023

Tanggal Diterima:  
28 Oktober 2023

Publikasi On line:  
17 Nopember 2023

### Abstract

*This research aims to determine whether there is an influence of religiosity, budget constraints and the use of social media on Muslim consumption behavior in Tanjung Morawa sub-district. The data collection sources used are primary data and secondary data. The respondents in this study were Muslim housewives in Tanjung Morawa sub-district. The number of villages or sub-districts in Tanjung Morawa sub-district is 26 villages or sub-districts and 100 housewives were used as samples. Data processing in this research used SPSS 25 for Windows. The analysis used in this research was multiple linear regression analysis. The research results of R Square ( $R^2$ ) were 0.858 or 85.8%. Based on the results of the t test for the religiosity variable (X1) it has a significant effect on Muslim consumption behavior in Tanjung Morawa sub-district with a significance of 0.000 and t count of 8.368, for the Budget Constraint variable (X2) it has no significant effect on Muslim consumption behavior in Tanjung Morawa sub-district with significance 0.876 and t count of 0.157, for the Social Media variable (X3) it has a significant effect on Muslim consumption behavior in Tanjung Morawa sub-district with a significance of 0.000 and t count of 13.703. The results of the multiple linear regression test obtained the equation  $Y = -1.624 + 0.385X_1 + 0.008X_2 + 0.352X_3$ .*

*Key Words: Religiosity, Budget Constraints, Social Media, Consumption Behavior*

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh religiusitas, budget constraint dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi muslim di kecamatan Tanjung Morawa, sumber pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Adapun responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga muslim di kecamatan Tanjung Morawa. Jumlah desa atau kelurahan di kecamatan Tanjung Morawa adalah 26 desa atau kelurahan dan 100 ibu rumah tangga dijadikan sampel. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25 for windows. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,858 atau 85,8%. Berdasarkan hasil dari uji t untuk variabel religiusitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi muslim di kecamatan Tanjung Morawa dengan signifikansi 0,000 dan t hitung sebesar 8,368, untuk variabel Budget Constraint (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi muslim di kecamatan Tanjung Morawa dengan signifikansi 0,876 dan t hitung sebesar 0,157, untuk variabel Media Sosial (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi muslim di kecamatan Tanjung Morawadengan signifikansi 0,000 dan t hitung sebesar 13,703. Hasil uji regresi linier berganda di peroleh persamaan  $Y = -1,624 + 0,385X_1 + 0,008X_2 + 0,352X_3$ .*

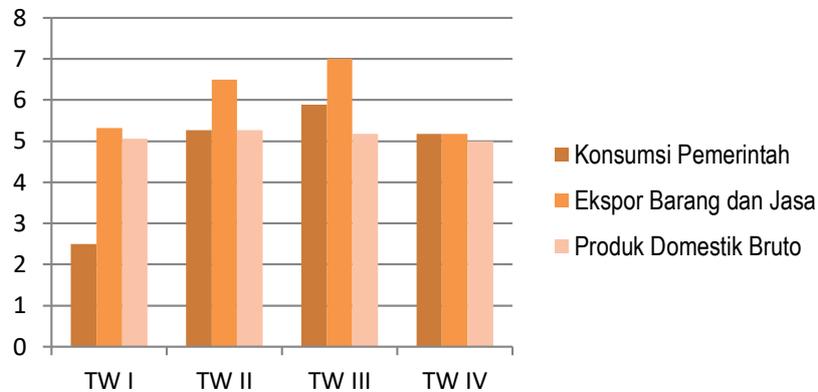
*Key Words: Religiusitas, Budget Constraint, Media Sosial, Perilaku Konsumsi*

---

## PENDAHULUAN

Perilaku pemanfaatan adalah suatu gerakan yang dilakukan oleh orang-orang, perkumpulan atau perkumpulan yang dihubungkan dengan siklus dinamis dengan tujuan akhir untuk mendapatkan, memanfaatkan tenaga kerja

dan produk moneter. Perilaku pemanfaatan tidak dapat dipisahkan dari upah atau bayaran yang diperoleh individu tersebut. Perekonomian dunia mengalami gangguan akibat serangan Rusia ke Ukraina. Jadi ini juga mempengaruhi harga barang dagangan dan kebutuhan masyarakat.



Gambar 1. Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga  
Sumber: BPS, 2020

Pemanfaatannya merupakan bagian yang berdampak pada perkembangan keuangan Indonesia. Mengingat tingkat pemanfaatan publik merupakan komponen utama dalam pembangunan keuangan Indonesia, maka otoritas publik telah memberikan berbagai strategi untuk mengimbangi tingkat pemanfaatan publik agar tetap stabil di tengah kondisi keuangan dunia yang sarat dengan kerentanan. . Salah satunya upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengimbangi pemanfaatan masyarakat adalah dengan menjaga kestabilan harga produk atau kebutuhan pokok yang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat luas. Selain itu, upaya lain yang dilakukan adalah menjaga stok pangan dan kebutuhan pokok daerah tetap terjaga agar harga pokok barang tidak mengalami kekurangan yang menyebabkan kenaikan harga. Sehingga dengan memenuhi atau memenuhi kebutuhan pokok maka pemanfaatan individu akan tetap terjaga sehingga perekonomian sepanjang pemanfaatan dan konsumsi keluarga tetap stabil (Barany, 2020). Selain itu, pelaksanaan bantuan sosial juga merupakan salah satu proyek pemerintah untuk menjaga stabilitas keuangan agar tetap berjalan (Imsar, 2022). Perilaku pemanfaatan seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai elemen termasuk individu, moneter, sosial dan sosial (Mulyana, 2019). Perubahan keadaan sosial dan ekologi berdampak pada perubahan perspektif individu dan desain pemanfaatan. Seperti yang sudah kita ketahui, harga kebutuhan pokok cenderung meningkat. Tentu saja, peningkatan harga barang-barang penting sangat mempengaruhi perilaku pemanfaatan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, Indonesia saat ini sedang menghadapi krisis, badai penghematan sedang mengarah pada munculnya beberapa bisnis baru. perluasan pada individu yang membutuhkan. Kehadiran virus Corona sudah dirasakan di bidang moneter (Khairina, 2022). Hal ini akan mempengaruhi gaji atau gaji yang diperoleh orang tersebut. Jadi dalam keadaan sekarang ini, gaji seseorang memenuhi persyaratan, khususnya batasan anggaran dalam memenuhi kebutuhannya atau dalam bahasa moneter disebut dengan keharusan anggaran. Jadi ada anggapan bahwa dalam kondisi keuangan yang sulit dimana terjadi peningkatan harga barang dagangan dan kebutuhan pokok seiring dengan meningkatnya kebutuhan, hal ini menjadi hambatan bagi seseorang dengan gaji yang memadai. Jadi untuk situasi ini individu harus memenuhi berbagai campuran produk penting sesuai dengan garis rencana keuangan. yang dia klaim. Dalam Islam, perilaku pelanggan harus mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT, hal ini menjadi pembeda dengan perilaku pembeli non-Muslim. Dalam Islam, pemanfaatan tidak bisa dipisahkan dari pekerjaan nyata. Fungsi keyakinan akan menjadi tolak ukur yang sangat penting, keyakinan sangat berdampak pada sifat, jumlah dan sifat pemanfaatan baik yang berkaitan dengan pemenuhan materi maupun pemenuhan dunia lain (Huda, 2017). Masalah keuangan syariah mempersepsikan istilah al-maslahah (bantuan pemerintah) dalam disiplin logikanya, hal ini menunjukkan bahwa aspek keuangan syariah sangat memperhatikan arti sebenarnya dari masalah atau bantuan pemerintah. Islam mengajarkan kita bahwa pengeluaran keluarga Muslim harus dipusatkan pada kebutuhan-kebutuhan penting sehingga sesuai dengan tujuan syariat. Dalam kondisi yang penuh dengan kerentanan, misalnya pandemi yang terjadi beberapa tahun terakhir, pengaturan dan pengelolaan dana keluarga harus diawasi sebaik mungkin. Situasi pandemi membuat banyak kepala keluarga mengalami penurunan gaji bahkan kehilangan jabatan. Berkurangnya pendapatan yang diterima akan menurunkan daya beli

keluarga sehingga berdampak pada menurunnya tingkat pemanfaatan, terutama pemanfaatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok keluarga, dan hal ini merupakan hal yang wajar. Oleh karena itu, seorang ibu rumah tangga memang harus melengkapi administrasi keuangannya karena kebutuhan anggaran merupakan hal yang penting jika tidak ditangani dengan baik. Dengan keterbatasan anggaran yang dimilikinya, seorang ibu rumah tangga perlu memikirkan bagaimana pemanfaatannya bisa tetap berjalan meski ada kendala. anggaran.

Di tengah kondisi sulit ini, pada dasarnya ada beberapa hal positif yang patut diapresiasi. Pembatasan fleksibilitas individu oleh otoritas publik yang menyarankan bekerja, berpikir dan beribadah dari rumah telah membuat perubahan mekanis dan kemajuan teknologi menjadi semakin cepat. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari komputer kita sosial Indonesia pada tahun 2020, terungkap bahwa terjadi peningkatan besar dalam penggunaan web dan hiburan online di kalangan masyarakat selama pandemi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini memberikan bukti bahwa keberadaan web dan hiburan online merupakan perspektif yang melekat dalam rutinitas masyarakat sehari-hari. Berikut tabel data klien hiburan online di Indonesia.

Tabel 1. Data Pengguna Internet di Indonesia

No	Keterangan	2019	2020	2021
1	Pengguna internet	56%	64%	73,7%
2	Pengguna media sosial aktif	56%	59%	61,8%

Sumber: *we are social*, Indonesia digital

Hiburan online adalah diskusi yang menjamin kesempatan individu untuk mengkomunikasikan sikap dan imajinasinya (Frederick, 2021). Memanfaatkan hiburan berbasis web adalah metode kreatif untuk menyelesaikan berbagai latihan bisnis untuk melakukan perdagangan internet. Hiburan berbasis web digunakan sebagai sarana promosi khusus untuk meningkatkan kesadaran pembeli terhadap produk, mengembangkan lebih lanjut gambaran produk, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan (Armayani, 2022). Perilaku pemanfaatan pascapandemi juga memberikan tren pemanfaatan terkini dengan memberdayakan pemanfaatan hiburan berbasis web sebagai imbalannya, namun kenyamanan yang diberikan dapat berdampak besar dan buruk dalam mengendalikan pengeluaran dan mungkin kesejahteraan di masa pascapandemi. Berdasarkan penjelasan permasalahan di atas, disadari bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaan pemanfaatan, antara lain unsur individu, moneter, sosial dan sosial. Dengan adanya situasi pasca-Coronavirus, hal ini menyebabkan berkurangnya gaji yang diterima daerah, sehingga mengakibatkan terhambatnya rencana keuangan. keharusan) untuk mengatasi berbagai masalah, sehingga contoh atau tindakan pemanfaatan juga mengalami perubahan karena keterbatasan anggaran. Di tengah kerentanan akibat pandemi dan kondisi internasional dunia, Indonesia terus berupaya mempercepat pemulihan moneter masyarakat (Imsar, & Pratiwi, D, 2022). Selain itu, dalam perilaku pemanfaatan umat Islam, kepercayaan atau legalisme merupakan faktor internal yang berperan dan turut membentuk perilaku pemanfaatan seseorang dan hikmah Islam juga membatasi pemanfaatan pada aturan-aturan yang tertuang dalam Al-Qur'an. Hiburan virtual juga berperan dalam menentukan perilaku penggunaan seseorang sebagai komponen sosial yang mempengaruhi perilaku penggunaan sehubungan dengan data yang dapat diakses di dalamnya. Seperti diketahui, hiburan online merupakan sebuah pandangan yang sangat tertanam dalam rutinitas masyarakat sehari-hari. Oleh karena itu, pemeriksaan ini harus dilakukan. untuk mengetahui hubungan legalisme, keharusan perencanaan keuangan dan hiburan virtual terhadap perilaku pemanfaatan individu. Sehingga hasil pendalaman ini dapat menjadi acuan dan cara pandang yang perlu menjadi fokus individu dalam persiapan keuangan keluarga di masa depan.

## TINJAUAN PUSTAKA/KAJIAN TEORITIS dan Hipotesis

### Religiusitas

Legalisme adalah suatu keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam mempercayai suatu agama yang diwujudkan dalam tindakan nilai-nilai, aturan-aturan, komitmen sehingga mendorongnya untuk bertindak, bertindak dan berbuat sesuai hikmah yang tegas dalam kehidupan sehari-hari (Sastrodiharjo, 2020). Unsur legalisme sebagaimana dikutip Glock dan Obvious (Rionita, D., & Widiastuti, T, 2019) mengemukakan lima petunjuk penting dalam mensurvei legalisme, yaitu keyakinan, praktik ketat, wawasan atau apresiasi, informasi dan pengalaman ketat (Rionita, 2019).

### Budget Constraint

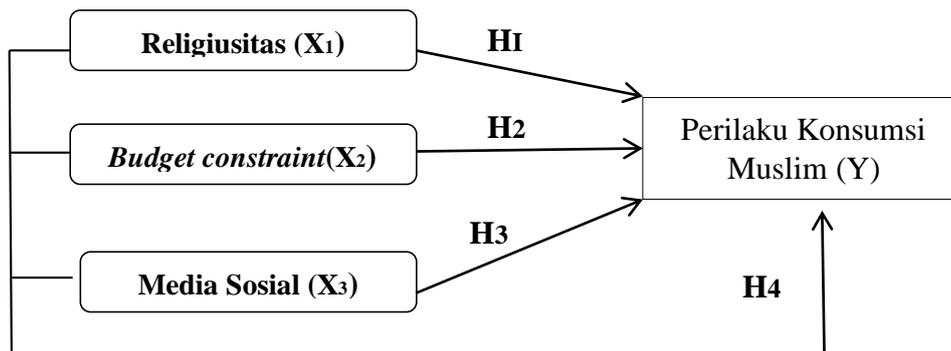
Hipotesis kebutuhan rencana pengeluaran adalah hipotesis yang menjelaskan bahwa gaji yang diperoleh masyarakat akan digunakan untuk membeli produk/administrasi yang mereka butuhkan. Semakin tinggi gaji seseorang, semakin banyak campuran produk/administrasi yang mereka butuhkan, begitu pula sebaliknya. Bagaimanapun, ketika seseorang dihadapkan pada suatu keputusan dengan gaji yang terbatas, maka individu tersebut harus dipaksa untuk memilih salah satu yang menurutnya merupakan kebutuhan utama. Garis rencana pengeluaran menggambarkan campuran produk yang dapat dibeli berdasarkan gaji keluarga dan biaya yang terjangkau (Black, 2020).

**Media Sosial**

Hiburan virtual dicirikan sebagai bantuan elektronik yang memungkinkan orang membuat profil publik, mengenali berbagai klien dan organisasi yang mereka butuhkan atau tawarkan, serta melihat tindakan dan berbicara dengan orang-orang tersebut. Hiburan berbasis web digunakan tidak hanya untuk mengatasi masalah dan kepentingan klien, namun juga untuk membantu kelompok intuitif untuk mempublikasikan dan memasarkan pengetahuan untuk suatu asosiasi (Faisol, Mariana, Christina HTR, Dahlia Amelia, Erviva F, 2023). Kita juga bisa memanfaatkan ponsel untuk mengakses internet dimana saja dan kapan saja. Saat ini pergerakan web yang paling terkenal adalah hiburan virtual. Islam sebagai agama yang membimbing pemeluknya untuk senantiasa fokus mencapai sesuatu yang bermanfaat dalam setiap aspek kehidupan memiliki kendala bagi pendukungnya dalam memanfaatkan hiburan virtual secara bijak. Islam menjunjungnya dengan tetap mengedepankan akhlak yang menjaga etika dan etika tetap berjalan baik (Wening, 2021).

**Kerangka Teoritis**

Berikutnya adalah sistem hipotetis yang digambarkan penciptanya, agar lebih jelas pokok-pokok eksplorasinya. Seharusnya terlihat pada gambar terlampir:



Gambar 2. Kerangka Teoritis (Pemikiran)

Mengingat perincian masalah, tujuan penelitian, premis hipotetis dan struktur eksplorasi, maka spekulasi yang diajukan dalam kajian ini adalah:

**Pengembangan Hipotesis**

**Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumen Muslim**

Disposisi legalisme merupakan keadaan individu dalam merasakan dan mempersepsikan kehadiran suatu kekuatan unggul yang mengarahkan keberadaan manusia melalui pelaksanaan setiap perintah Tuhan dan menjauhi setiap larangan-Nya sehingga akan mendorong seseorang untuk menjadi lebih baik. Apabila seseorang mengaku menganut suatu agama (legalisme), maka orang tersebut mempunyai jaminan terhadap agama yang dianutnya, serta terhadap hikmah yang terkandung dalam agamanya, khususnya Islam. Di sini agama telah menjadi pedoman hidup, sehingga segala bentuk gerak yang dilakukan akan terus menyinggung apa yang boleh dan tidak boleh dalam aturan Islam. Terlebih lagi dengan penggunaan atau pemanfaatan produk perawatan kecantikan, sebagai seorang muslimah yang taat, Anda akan selalu mempertimbangkan kehalalan produk kecantikan yang Anda gunakan. Oleh karena itu, aspek legalisme benar-benar menentukan perilaku konsumen bagi umat Islam. Tanggung jawab juga bisa diartikan sebagai “Keteguhan Keyakinan”, sehingga seorang muslim akan melakukan setiap pembelian termasuk produk perawatan kecantikan, akan mempertimbangkan apakah produk perawatan kecantikan tersebut tidak mengandung bahan-bahan haram atau tidak mengabaikan aturan

Islam, sehingga saat memilih/membeli produk perawatan kecantikan, mereka akan memilih produk perawatan kecantikan yang halal. Meskipun produk perawatan kecantikan tidak untuk dimakan, namun produk perawatan kecantikan penting untuk pemanfaatannya yang berwawasan halal, haram dan berantakan, sehingga jika terjadi kekacauan pada tubuh kita maka hal ini akan mempengaruhi keabsahan cinta seorang muslim. dengan alasan bahwa dalam permohonannya terdapat syarat bahwa badan, pakaian dan tempatnya harus bersih dan tidak berantakan. Penelitian ini serupa dengan penelitian yang diarahkan oleh Dewi Rionita dan Tika Widiastuti yang menyatakan bahwa legalisme dan tingkat pendidikan juga berdampak pada perilaku pemanfaatan keluarga Muslim di Surabaya (Rionita, 2019).

H1: Legalisme pada dasarnya mempengaruhi Perilaku Pembeli Muslim

### **Pengaruh *Budget Constraint* terhadap Perilaku Konsumen Muslim**

Persyaratan perencanaan keuangan mengharuskan pembagian aset untuk penggunaan saat ini dan masa depan, dan dalam lingkungan Muslim, pertimbangan yang ketat memainkan peran penting dalam pilihan ini. Dengan mempertimbangkan standar Islam, manfaatnya mulai sekarang. Mereka mungkin juga fokus pada penggunaan yang menyesuaikan dengan standar halal dan menghindari haram sebagai bagian dari kecenderungan antarwaktu mereka. Persyaratan anggaran, dalam hal ini, mendorong perilaku pemanfaatan yang menggabungkan persiapan keuangan saat ini dan jangka panjang sesuai kualitasnya yang ketat. Hal ini mencerminkan keseimbangan yang cerdas antara memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menggunakan sumber daya untuk kepuasan masa depan, baik di dunia ini maupun keberadaan setelah kematian, sesuai dengan aturan Kecenderungan Antarwaktu. Penelitian ini serupa dengan penelitian yang dipimpin oleh Asyika Ridolla yang menyatakan bahwa Persyaratan Perencanaan Keuangan memperhitungkan orang-orang yang memiliki landasan ekologi kota yang ketat, tetap dapat mempertahankan kualitas pemanfaatan yang baik bahkan di masa pandemi (Ridolla, 2021).

H2: *Budget Constraint* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen Muslim

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen Muslim**

Hiburan berbasis web secara keseluruhan mempengaruhi perilaku pemanfaatan umat Islam dan dapat dilihat dari perspektif Hipotesis Perilaku Pembeli. Melalui panggung hiburan berbasis web, umat Islam memiliki akses lebih besar untuk mencari data, memikirkan produk, dan berkolaborasi dengan merek dan pengecer. Mereka dapat menyelidiki survei, saran dan perspektif mengenai item dan layanan yang mengikuti standar Islam. Selain itu, hiburan online juga memberikan kesempatan untuk ikut serta dalam perbincangan lokal yang berkaitan dengan uang Islam, akhlak pemanfaatan, dan barang halal. Sejalan dengan ini, Hipotesis Perilaku Pelanggan menunjukkan bahwa hiburan berbasis web membantu membentuk kecenderungan pembeli Muslim dengan memberikan data yang signifikan dan memberdayakan mereka untuk mengejar pilihan penggunaan yang lebih cemerlang yang sesuai dengan kualitas ketat mereka. Dengan semakin meluasnya pemanfaatan hiburan virtual, tahapan-tahapan tersebut berdampak pada konsumsi individu umat Islam, namun pada saat yang sama juga menciptakan jaringan yang dinamis dalam mendukung keputusan pemanfaatan yang sesuai dengan hikmah Islam. Penelitian ini serupa dengan penelitian yang dipimpin oleh Herispon yang menyatakan bahwa kontribusi hiburan berbasis web responden kota setempat lebih tinggi dibandingkan responden kota biasa dalam perilaku pelanggan (Herispon, 2021).

H3: Hiburan Virtual pada dasarnya mempengaruhi Perilaku Pembeli Muslim

### **Pengaruh Religiusitas, Media Sosial dan *Budget Constraint* terhadap Perilaku Konsumen Muslim**

Legalisme adalah suatu kondisi, pemahaman dan kepatuhan seseorang dalam mempercayai suatu agama yang diwujudkan dalam tindakan nilai-nilai, aturan-aturan, komitmen-komitmen yang mendorongnya untuk bertindak, bertindak dan berbuat sesuai hikmah yang tegas dalam kehidupan sehari-hari. Contoh pemanfaatan orang atau perkumpulan dapat dikomunikasikan melalui cara mereka memenuhi kebutuhan hidup mengingat gaji yang mereka terima setiap bulannya. Dengan demikian, metodologi ordinal dikaitkan dengan perilaku pelanggan dalam memilih preferensi kebutuhan berdasarkan uang ekstra mereka setiap bulan. Hipotesis ini dapat menjelaskan bagaimana pembeli harus bertindak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka terkait dengan desain pemanfaatan sehari-hari. Komitmen hiburan berbasis web dicirikan sebagai tingkat dukungan tunggal dalam hiburan virtual, dan alasan individu mengambil bagian dalam hiburan online mencakup pencarian data, berbagi informasi, dan pengalihan perhatian tentang topik penting bagi individu atau kelompok. Pendalaman ini serupa dengan penelitian yang dipimpin oleh Dewi Rionita, Tika Widiastuti yang menyatakan bahwa gaji, legalitas dan tingkat pendidikan semuanya berdampak pada perilaku pemanfaatan keluarga Muslim di Surabaya. (Rionita, 2019).

H4: Legalisme, Hiburan Virtual, dan Imperatif Rencana Pengeluaran secara mendasar mempengaruhi Perilaku Pembeli Muslim

### METODE PENELITIAN

Ujian ini merupakan jenis eksplorasi kuantitatif, dengan pendekatan ujian kooperatif, yaitu ujian khusus yang menitikberatkan pada penanganan mendalam terhadap beberapa informasi atau angka matematika dengan menggunakan strategi yang terukur. Eksplorasi ini menggunakan strategi pemeriksaan non-likelihood dengan menggunakan pemeriksaan purposive. Contoh yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang beragama Islam, mempunyai gaji sendiri, dan efektif memanfaatkan hiburan berbasis web. Kemudian untuk menentukan jumlah tes, gunakan resep Slovin yang diambil dari 100 contoh populasi. Ruang untuk set memberi dan menerima adalah 10% atau 0,1

$$n = N : (1 + Ne^2)$$

$$n = 55.863 : (1 + 55.863 \times (100\% \times 0,1)^2)$$

$$n = 55.863 : (1 + 55.863 \times (0,1)^2)$$

$$n = 55.863 : (1 + 55.863 \times 0,01)$$

$$n = 55.863 : 559.63$$

$$n = 99,82 = 100 \text{ sampel}$$

Keterangan: n= Ukuran atau jumlah sampel; N= Jumlah populasi; E= Margin error

Oleh karena itu, untuk mempermudah pengujian, para ahli mengambil 100 keluarga untuk dijadikan responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban atas segala sesuatu yang menggunakan skala likert mempunyai derajat dari sangat pasti hingga sangat negatif. Sementara untuk motivasi ujian kuantitatif diberikan skor sebagai berikut: Setuju Tegas (SS) diberi skor: 5, Jawaban Setuju (S) diberi skor: 4, Tanggapan Tidak Memihak (N) diberi skor: 3, Berbeda Pendapat (TS) ) jawaban diberi skor: 2, Balasan Emphatik Dissent (STS) diberi skor: 1. Proses pemeriksaan informasi dilakukan dalam beberapa tahap, khususnya pengujian kualitas informasi dengan menggunakan uji legitimasi dan reliabilitas. Kemudian dilakukan uji praduga tradisional dengan menggunakan uji kenormalan, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan berbagai investigasi kekambuhan, kemudian diuji spekulasinya dengan menggunakan uji tidak lengkap, uji bersamaan, dan koefisien jaminan.

### HASIL PENELITIAN

Uji Kualitas Data

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Religiusitas (X1)	Pernyataan 1	0,1986	0,741	Valid
	Pernyataan 2	0,1986	0,907	Valid
	Pernyataan 3	0,1986	0,882	Valid
	Pernyataan 4	0,1986	0,762	Valid
Budget Constrain (X2)	Pernyataan 1	0,1986	0,681	Valid
	Pernyataan 2	0,1986	0,892	Valid
	Pernyataan 3	0,1986	0,862	Valid
Media Sosial(X3)	Pernyataan 1	0,1986	0,815	Valid
	Pernyataan 2	0,1986	0,889	Valid
	Pernyataan 3	0,1986	0,743	Valid
	Pernyataan 4	0,1986	0,622	Valid
	Pernyataan 5	0,1986	0,882	Valid
Perilaku Konsumsi Muslim (Y)	Pernyataan 1	0,1986	0,796	Valid
	Pernyataan 2	0,1986	0,807	Valid
	Pernyataan 3	0,1986	0,682	Valid

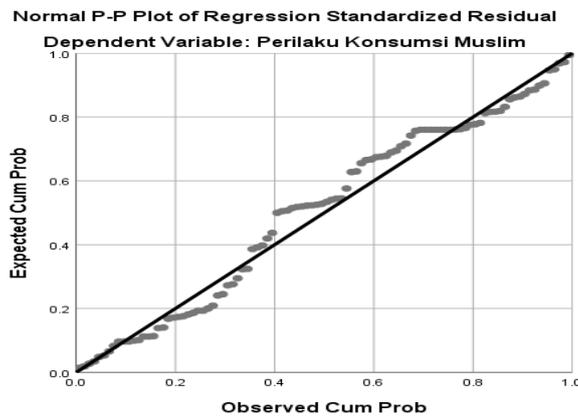
Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa dari variabel religusitas, *budget constrain* dan media sosial memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel dan memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	N of Items	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,842	4	Reliabel
Budget Constrain (X2)	0,702	3	Reliabel
Media Sosial(X3)	0,845	5	Reliabel
Perilaku Konsumsi Muslim (Y)	0,641	3	Reliabel

Dari tabel 3, insentif Cronbach's Alpha untuk setiap variabel khususnya legalisme, persyaratan anggaran, hiburan berbasis web dan perilaku penggunaan Muslim menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60, sehingga cenderung diasumsikan dari pernyataan bahwa setiap variabel dapat diandalkan untuk memperkirakan dampak perilaku. Pemanfaatan umat Islam.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

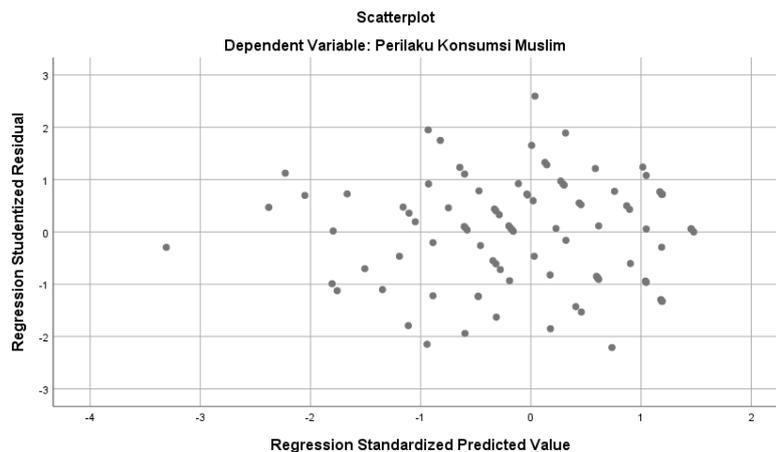
Berdasarkan Uji Likelihood Plot Ordinarity pada Gambar 2 di atas, diketahui bahwa model relapse mempunyai sirkulasi yang khas karena plottingnya mengikuti garis miring seperti pada gambar di atas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1 (Constant)		
Religiusitas	.572	1.749
Budget Constrain	.715	1.399
Media Sosial	.690	1.449

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Muslim

Berdasarkan tabel 4 uji multikolinieritas, maka dapat beralasan bahwa semua faktor otonom yaitu legalisme, persyaratan anggaran dan hiburan virtual terbebas dari multikolinieritas karena ketiga faktor bebas tersebut mempunyai nilai resistensi yang lebih besar. penting dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas, cenderung terlihat bahwa titik-titik fokus pada diagram scatter plot untuk setiap situasi tidak memiliki desain sebaran yang masuk akal dan titik-titik fokus tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada pusat Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi kejengkelan heteroskedastisitas. dalam model kambing.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Liier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients Beta
1	(Constant)	-1.624	.661	
	Religiusitas	.385	.046	.419
	Budget Constrain	.008	.053	.007
	Media Sosial	.352	.026	.625

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Muslim

Dari tabel 5, jenis model kondisi relaps dampak ekspansi dan skala swap rupiah terhadap impor kendaraan CBU adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,624 + 0,385X1 + 0,008X2 + 0,352X3$$

1. Nilai tetap sebesar -1,624 berarti tanpa dampak legalisme, persyaratan anggaran dan hiburan berbasis web, perilaku pemanfaatan umat Islam saat ini akan menjadi 16,24 persen.
2. Koefisien penghargaan sebesar 0,385 pada X1 (legalisme) artinya terdapat pengaruh positif antara variabel legalisme (X1) terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam (Y). Hal ini menunjukkan bahwa seiring bertambahnya atau bertambahnya legalisme, perilaku pemanfaatan umat Islam akan meningkat. Koefisien relaps pada insentif legalisme sebesar 0,385, artinya setiap satu unit perluasan legalisme, pemanfaatan umat Islam mengalami peningkatan sebesar 38,5 persen.
3. Koefisien senilai 0,008 pada X2 (kebutuhan rencana pengeluaran) berarti terdapat pengaruh positif antara variabel batasan rencana keuangan (X2) terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam (Y). Hal ini menunjukkan bahwa seiring dengan bertambahnya atau bertambahnya batasan anggaran, maka perilaku pemanfaatan umat Islam pun akan meningkat. Nilai koefisien relaps wajib anggaran adalah 0,008, artinya untuk setiap peningkatan satu unit dalam batasan anggaran, pemanfaatan umat Islam mengalami peningkatan sebesar 8%.
4. Koefisien senilai 0,352 pada X3 (hiburan virtual) berarti terdapat pengaruh positif antara faktor hiburan berbasis web (X3) terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak hiburan online dibangun, semakin banyak pula perilaku pemanfaatan umat Islam yang meningkat. Nilai koefisien relaps hiburan online adalah 0,352, artinya untuk setiap peningkatan satu unit hiburan berbasis web, pemanfaatan umat Islam mengalami peningkatan sebesar 35,2 persen.

**Pengujian Hipotesis**

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.624	.661		-2.456	.016
	Religiusitas	.385	.046	.419	8.368	.000
	Budget Constrain	.008	.053	.007	.157	.876
	Media Sosial	.352	.026	.625	13.703	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Muslim

Mengingat akibat dari berbagai pemeriksaan relaps langsung pada tabel 6 di atas, maka penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Dampak Legalisme (X1) terhadap Perilaku Pemanfaatan Umat Islam (Y) mendapat nilai thitung = 8,368 dan t tabel bernilai = 1,98498 (thitung < ttabel), dengan derajat kritis 0,000 > 0,05, maka spekulasi salah satu (Ha1) diakui. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan kritis antara variabel legalisme terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam.
2. Pengaruh keharusan anggaran belanja (X2) terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam (Y) mendapat nilai thitung = 0,157 dan ttabel bernilai = 1,98498 (thitung < ttabel), dengan derajat kritis 0,876 > 0,05, maka spekulasi dua (Ha2) dibantah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sedikitnya tidak terdapat pengaruh yang besar antara variabel batasan anggaran terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam.
3. Pengaruh hiburan virtual (X3) terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam (Y) mendapat thitung = 13,703 dan t tabel bernilai = 1,98498 (thitung < ttabel), dengan besaran 0,000 > 0,05, maka spekulasi tiga (Ha3) diakui. Konsekuensi dari penyelidikan menunjukkan bahwa ada dampak positif dan besar antara faktor hiburan berbasis web terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan

		<b>ANOVA<sup>a</sup></b>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594.467	3	198.156	200.046	.000 <sup>b</sup>
	Residual	95.093	96	.991		
	Total	689.560	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Muslim

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Budget Constrain, Religiusitas

Berdasarkan tabel 7 di atas, pengujian sinkron telah selesai yang menunjukkan konsekuensi pengujian dampak legalisme (X1), keharusan anggaran (X2) dan hiburan berbasis web (X3) secara keseluruhan (bersama-sama) terhadap umat Islam. perilaku pemanfaatan (Y), diperoleh F-hitung = 200,046 dan F-tabel bernilai = 2,70 (F-hitung > F-tabel) dengan kemungkinan penting 0,000 < 0,05, sehingga kesimpulannya spekulasi empat (Ha4) diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang besar antara faktor legalisme, anggaran belanja dan hiburan berbasis web terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 <sup>a</sup>	.862	.858	.99526

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Budget Constrain, Religiusitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Muslim

Mengingat hasil perhitungan penilaian kekambuhan yang disajikan pada tabel 8, koefisien jaminan yang diubah atau nilai Changed R Square adalah 0,858, yang menyiratkan bahwa 85,8 persen dari variasi setiap faktor bebas, khususnya legalisme, keharusan anggaran, dan hiburan online, dapat memahami variabel dependen, khususnya perilaku pemanfaatan oleh umat Islam, sedangkan 14,2 persen sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam tinjauan ini. Karena nilai R<sup>2</sup> mendekati 1 (satu), maka komitmen (dampak) simultan variabel otonom terhadap lingkungan sangat besar.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumsi Muslim Kecamatan Tanjung Morawa**

Dari hasil eksplorasi dapat diduga bahwa legalisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam di sublokal Tanjung Morawa. Hal ini terlihat dari uji t determinasi (8,368) dan t tabel bernilai (1,984) dengan arti  $0,000 < 0,05$  dan koefisien bernilai 0,385. Oleh karena itu, semakin tinggi legalisme ibu rumah tangga, maka tingkat pemanfaatannya juga dapat diarahkan sesuai dengan aturan yang ditetapkan dalam standar Islam tentang bagaimana seseorang atau dalam penelitian ini seorang ibu rumah tangga yang beragama Islam, hendaknya mengkonsumsi dengan baik. Semakin tinggi legalisme seseorang maka semakin tinggi pula pemanfaatannya, karena pemanfaatan seorang muslim tidak terkecuali pengeluaran untuk zakat dan bantuan. Selain itu kenali juga ungkapan "Maslahah". Pembeli yang merasa ada suatu masalah dan menyukainya tetap dapat menyelesaikan suatu pergerakan meskipun sebenarnya keuntungan dari tindakan tersebut bagi dirinya sendiri sudah tidak ada lagi. (Aldila Septiana, 2015). Konsekuensi dari eksplorasi ini juga sesuai dengan penelitian yang dipimpin oleh (Wahyuni, 2022) bahwa legalisme mempengaruhi perilaku pemanfaatan umat Islam. Dikatakannya, individu yang memiliki pemahaman mendalam terhadap perilaku yang berkaitan dengan agama, maka semakin baik pula keputusan individu dalam memanfaatkan barang dagangan, khususnya dalam memilih produk yang bernilai lebih jauh lagi, halal.

### **Pengaruh Budget Constraint Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim Kecamatan Tanjung Morawa**

Dari hasil penelitian dapat diduga bahwa keterbatasan anggaran mempunyai dampak positif namun tidak besar terhadap perilaku pemanfaatan umat Islam di Kawasan Tanjung Morawa. Hal ini terlihat dari uji t determinasi (0,157) dan tabel bernilai (1,984) dengan nilai besar  $0,876 > 0,05$  dan koefisien bernilai 0,008. Selanjutnya, semakin tinggi atau tinggi kebutuhan anggaran, maka perilaku pemanfaatan umat Islam di kalangan ibu rumah tangga akan semakin meningkat karena Batas pemanfaatan bagi ibu rumah tangga bergantung pada seberapa besar anggaran (cadangan) yang mereka perlukan untuk membeli suatu barang. Ada batasan penggunaan untuk pembeli Muslim, ukuran anggaran serta batasan syariah. Karena adanya perbedaan kemampuan pemanfaatan seorang muslim dan non-muslim, hal ini karena dalam kemampuan pemanfaatan cara berperilaku konsumen muslim dipengaruhi oleh keharusan membayar zakat dalam konsep upah ideal dan larangan mengambil riba dalam pertukaran apa pun termasuk pemanfaatan, usaha, dan dana cadangan. (Fauzi Arif, dkk, 2019). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dipimpin oleh (Asyika Ridolla, 2021) bahwa penelitian tersebut mengungkapkan bahwa keterbatasan anggaran tetap dapat mengimbangi kualitas pemanfaatan yang baik, sehingga perilaku pemanfaatan umat Islam di Kawasan Tanjung Morawa tidak dapat diimbangi dengan baik. diselesaikan sebagaimana mestinya karena ibu-ibu rumah tangga di Daerah Tanjung Morawa tidak mampu memisahkan antara kebutuhan dan kebutuhan secara offset atau sesuai dengan rencana keuangan yang ada.

### **Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim di Kecamatan Tanjung Morawa**

Dari hasil pemeriksaan cenderung beralasan bahwa hiburan berbasis web mempengaruhi perilaku pemanfaatan umat Islam di sub kawasan Tanjung Morawa. Hal ini terlihat dari uji t determinasi (13,703) dan t tabel bernilai (1,984) dengan arti  $0,000 > 0,05$  dan koefisien bernilai 0,352. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat hiburan online, maka perilaku pemanfaatan umat Islam di sub-wilayah Tanjung Morawa akan semakin meningkat. Ibu-ibu rumah tangga di wilayah Tanjung Morawa yang memiliki hiburan berbasis web dan berbayar, cenderung menggunakan hiburan virtual sebagai tempat berbelanja online dibandingkan dengan offline, karena lebih sederhana, nyaman, dan tersedia fasilitas pendukung lainnya. melalui hiburan berbasis web. Barang-barang yang sering dibeli antara lain pakaian, produk kebutuhan pokok, dan kebutuhan kuliner. Maka dengan hadirnya hiburan berbayar dan online sebagai wadah diskusi produk dagangan, dipastikan pemanfaatannya pun semakin meningkat. Namun dengan kaidah kepercayaan pada persoalan keuangan syariah bahwa setiap pergerakan keuangan harus mempunyai nilai manfaat dan mendongkrak manfaat, bukan kepuasan, para ibu rumah tangga

masih mampu melakukan belanja online kurang dari 5 kali dalam sebulan, seperti dalam jajak pendapat yang beredar di Dalam pemeriksaan ini, sebanyak 73 orang dari 100 responden berbelanja kurang dari 5 kali setiap bulannya. Konsekuensi dari eksplorasi ini sesuai dengan Fitri Dzikyrah bahwa cara berperilaku pembeli muslim terhadap pemanfaatan hiburan berbasis web pada masa pandemi dan sebelum pandemi adalah sama karena mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits dimana cara berperilaku pembeli muslim harus menjauhi atau menghindari israf (hiasan) dan gagasan tabzir (tidak efisien). Perilaku pembeli Muslim juga dijamin dengan menggunakan produk halal ketika pelanggan Muslim dapat menghindari penggunaan israf, yang berarti bahwa pembeli Muslim tidak perlu menghabiskan seluruh gaji mereka untuk mengonsumsi produk namun justru menyalurkannya untuk kewajiban sosial. (Fithri Dzikyrah, 2020).

### **Pengaruh Religiusitas, Budget Constraint, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Muslim Di Kecamatan Tanjung Morawa**

Jika dilihat secara grafis, terlihat bahwa perilaku pemanfaatan ibu rumah tangga dari reaksi responden mendapat nilai yang tinggi. Petunjuk yang paling penting adalah tanda legalisme. Hal ini menunjukkan bahwa responden dan keluarganya pada hakikatnya dapat memenuhi hikmah Islam dalam hal kebutuhan pemanfaatan. Sementara penanda yang paling minim adalah persyaratan rencana keuangan yang berdampak pada pelaksanaan pemanfaatan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pemanfaatan umat Islam di kalangan responden berada pada tingkat standar. Kebutuhan pemanfaatan yang esensial dapat dipenuhi dengan tepat. Hasil pemeriksaan relaps menunjukkan nilai Konsisten sebesar -1,624 dan bernilai negatif. Hal tersebut berarti jika faktor Legalisme (X1), Persyaratan Perencanaan Keuangan (X2), dan Hiburan Virtual (X3) bernilai 0, maka nilai perilaku pemanfaatan ibu rumah tangga muslim adalah sebesar 16,24%. Dari hasil pengujian tersebut, Koefisien Jaminan pada bagian R Square memperoleh nilai sebesar 0,858. koefisien harga jaminan diubah nilainya menjadi 85,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa 85,8% perilaku pemanfaatan umat Islam dipengaruhi oleh legalisme, keharusan rencana keuangan, dan hiburan berbasis web. Sementara itu, kelebihanannya sebesar 14,2% dipengaruhi oleh berbagai variabel. Sementara itu, untuk uji serentak cenderung terlihat nilai uji sinkron mempunyai arti sebesar 0,000, artinya mempunyai nilai  $< 0,05$  dan nilai F yang ditentukan sebesar  $200,046 > F$  tabel 2,70. Jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diakui. Jadi terlihat bahwa Legalisme, Batasan Anggaran, dan Hiburan Berbasis Web semuanya berdampak pada Perilaku Pemanfaatan Umat Islam di Kawasan Tanjung Morawa. Arti pemanfaatan secara keseluruhan adalah pendayagunaan dan pemanfaatan tenaga kerja dan hasil, misalnya sandang, pangan, minuman, rumah, perkakas keluarga, kendaraan, alat hiburan, media cetak dan elektronik, penyelenggaraan penasehat hukum, penyelenggaraan diskusi kesejahteraan, pembelajaran/kursus, dan lain lain. Dari hasil pertemuan yang saya arahkan, beberapa kelompok mengatakan bahwa manusia adalah hewan yang terkena dampak langsung dari iklim, khususnya iklim secara umum, manusia juga merupakan hewan yang selalu merasa tidak puas dengan apa yang dimilikinya saat ini, mereka rakus dan ingin hidup. pamer, ingin dilihat atau dikatakan hidup lebih baik dibandingkan orang lain, tidak ragu-ragu atau tidak pernah merasa merusak karena setiap produk yang dibelinya dipandang penting atau wajib, pemahaman terhadap agama sangat penting informasi, daripada terlalu mendalami sudut pandang yang diatur dalam praktik kehidupan sehari-hari yang juga diatur dalam Islam, hanya dalam hal menyelesaikan komitmen yang diminta oleh Allah, misalnya doa, puasa dan zakat, ada sifat jahat dalam diri manusia. yang sering dilakukan, dimana seseorang dengan pasti mengetahui bagaimana hukum terhadap suatu hal diatur, namun sekaligus mewujudkannya atau berusaha mengaku tidak mengetahui pemahaman tersebut. Sementara itu, sebanyak 40% masyarakat mengonsumsi sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam Islam, dimana sebagian masyarakat mengatakan bahwa mereka suka mendapatkan banyak hal yang tidak diperlukan, tidak mudah terpengaruh oleh iklim di sekitar mereka, dapat dibagikan kepada orang lain walaupun hanya sedikit saja merupakan sesuatu yang memberikan kebahagiaan bagi diri sendiri.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Menyinggung konsekuensi dari penelitian yang telah dilakukan, maka faktor legalisme, keterbatasan anggaran dan hiburan berbasis web berdampak pada perilaku pemanfaatan umat Islam di sub-wilayah Tanjung Morawa, baik pada tingkat tertentu maupun pada saat yang bersamaan. Dari ketiga faktor otonom tersebut, pengaruh masing-masing variabel adalah: legalisme 0,385, persyaratan rencana keuangan 0,008 dan hiburan berbasis web 0,352. Sementara itu, variabel yang dominan mempengaruhi perilaku pemanfaatan umat Islam di subwilayah Tanjung Morawa adalah variabel legalisme sebesar 0,385 dengan thitung (8,368)  $>$  ttabel (1,984) dengan arti sebesar 0,000. Masyarakat perlu memperhatikan perilaku dalam menyelesaikan kegiatan pemanfaatan,

khususnya bagi kelompok umat Islam yang mempunyai syariat dari pembuatnya yang harus dipatuhi. Mengonsumsinya secara relatif atau setidaknya tidak israf (berlebihan) namun juga tidak kikir. Seorang Muslim menerima bahwa pembelanjaan Muslim sebagai bantuan adalah sebuah spekulasi yang akan membawa keberuntungan dan nikmat. Adanya gaji yang melebihi kebutuhan dan pola hidup masyarakat sekitar yang memiliki pola hidup rakus tidak seharusnya membuat umat Islam terpengaruh dan turut serta mengikuti perilaku konsumeris masyarakat dan tetap berpegang teguh pada hikmahnya, khususnya Islam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Barany, L. J., Simanjuntak, I., Widia, D. A., & Damuri, Y. R. (2020). Bantuan Sosial Ekonomi di Tengah Pandemi COVID-19 : Sudahkah Menjangkau Sesuai Sasaran ? *CSIS Commentaries*, April, 1–11.
- Black, J., Hashimzade, N., & Myles, G. (n.d.). *How to search for terms in A Dictionary of Finance and Banking*.
- Endang Tri Wahyuni. (n.d.). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Faisol, Mariana, Christina HTR, Dahlia Amelia, Erviva F, I. M. (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM* (A. Bairizki (ed.); pertama). SEVAL.
- Fauzi Arif Lubis. (2018). *Pengantar ilmu ekonomi*.
- Frederick, B., & Maharani, A. K. (2021). Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(2), 75–83.
- Huda, M. (2017). *Indikator Perilaku Konsumen Dalam Memenuhi Kebutuhan Primer*. 3(2), 201–219.
- Imsar, & Pratiwi, D. . (2022). Analisis penyaluran bantaun sosial program keluarga harapan (PKH) dan bantuan non tunai (BPNT) dinas sosial pada masyarakat Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Imiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12).
- Mulyana, M. (n.d.). *Menganalisis Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/2WJ34>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode penelitian ekonomi* (R. Watrionthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Putra, T. A. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Harga , Promosi , Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian R Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya pilihan , salah satunya xiaomi . Xiaomi memberikan banyak pilihan segmen y*.
- Ridolla, A. (2021). Analisis Motivasi, Budget Constraint, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Ibu-Ibu Pkk Gontor Pada Masa Pandemi (Perspektif Konsumsi Islami. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Rionita, D., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 288–304.
- Samsudin, C. M. (2020). Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus COVID-19 Di Kompas.Com. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1), 1–12.
- Sastrodiharjo, I., & Suraji, R. (2020). *Kekuatan Spiritualitas Dalam Entrepreneurship*. CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran dan Implementasi di Indonesia* (L. M. Komarudin & M. Yusran (eds.)). Bibliosmia Karya Indonesia.
- Wening, L. M. (n.d.). *Pandangan Islam Tentang Teknologi Dan Pemanfaatan Media Sosial*.
- Yenni Samri Julianti Nasution. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*.