

ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah tindakan manusia sebagai konsumen dalam membeli dan memanfaatkan barang hasil produksi yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi tanpa batas dimana lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat religiusitas dan pemahaman teori konsumsi Islam terhadap perilaku *Israf* (konsumtif) pada kalangan milenial dan Gen-Z yang diwakili oleh mahasiswa FEB UNDIP jurusan Ekonomi Islam angkatan 2017-2018. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam FEB UNDIP angkatan 2017-2018. Penelitian ini memiliki populasi sebesar 209 mahasiswa dan sampel sebesar 68 mahasiswa. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi linier berganda dengan *Software* SPSS 22. Hasil penelitian ini menemukan adanya hubungan negatif tetapi tidak signifikan antara tingkat religiusitas terhadap perilaku *Israf* dengan nilai signifikansi 0.706 dan t-statistik -0.379. Variabel pemahaman teori konsumsi Islam berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku *Israf* dengan nilai signifikansi 0.585 dan t-statistik -0.549.

Variabel tingkat religiusitas dan pemahaman teori konsumsi Islam secara simultan pengaruh terhadap perilaku *Israf* dengan nilai signifikansi 0,007. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa perilaku *Israf* mahasiswa FEB UNDIP jurusan Ekonomi Islam angkatan 2017-2018 dipengaruhi oleh tingkat religiusitas dan pemahaman teori konsumsi Islam sebesar 14%. Sisanya sebesar 86% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Religiusitas, Konsumsi Islam, *Israf*, Konsumtif, Konsumerisme.