

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, D. (2005). Israf dan Tabdzir: Konsepsi Etika-Religius dalam Al Qur'an dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 21(1), 65–80.
- Adzkiya, A. (2018). *ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN FAKTOR PENDORONGNYA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA ANGKATAN 2017)*. UIN JAKARTA.
- Afrina, D. (2019). Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.1.1088>
- al-Marāghi, A. M. (1993). *Tafsīr al-Marāghiy* (3 ed.). Semarang: CV. Toha Putra.
- Ali, A. dan A. Z. M. (2003). *Kamus Kontemporer Arab - Indonesia*. Yogyakarta: Multi Karya Grafika.
- Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. (2015). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(10), 736. <https://doi.org/10.20473/vol1iss201410pp736-754>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah dari teori ke praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azimi, H., Krauss, S.E., Mohd. Noah, S., Suandi, T., Juhari, R., Manap, J., Mastor, K.A., Mahmoud, A., & Kassan, H. (2007). *Muslim religiosity and personality assessment: Prototype for nation building*. Kuala Lumpur: Ampang Press.
- Baalbaki, R. (2001). *Al-Mawrid: a Modern Arabic-English Dictionary*. Beirut: Dar El-Ilm Lilmalayin.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: an Islamic Perspective*. Jakarta: SEBI.
- Dewi, D. C. (2007). *Rahasia di Balik Makanan Haram*. Malang: UIN Malang Press.
- Dharmmesta, B. S., and H. T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (1 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Driyakara. (1988). *Percikan Filsafat*. Jakarta: Lembaga Penunjang Pembangunan Nasional.
- Faizi. (2021). *ETIKA & NORMA KONSUMSI DALAM ISLAM*. Jakarta: Pustaka Harakatuna.
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furqani, H. (2019). *Teorisasi Eknomi Islam*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Furqon, I. K. (2018). TEORI KONSUMSI dalam ISLAM. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1169>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4 ed.).

- Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, J. A. (2000). *Behavior in Organizations* (7th editio). New York: Prentice Hall.
- H. Ahmad St. (1997). *Kamus al-Munawwar*. Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Hamid, A. (2017). Konsumsi Dalam Ekonomi Islam. *Al-Masharif*, 5(2), 2.
- Hasibuan, N. M. (2017). *Peran Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Majelis Ta'lim Masjid Nursa'id Villa Citra Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3(3), 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Izutsu, T. (1993). *Konsep-Konsep Etika Religius Dalam Al Qur'an*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Kahf, M. (1995). *Ekonomi Islam : Telaah Analitik terhadap Fungsi dan Sistem Ekonomi Islam*. Terj. Machnul Husein. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karim, A. A. (2006). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Karim, A. A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kartini, S. (2019). *Konsumsi dan Investasi*. Semarang: Mutiara Aksara.
- Katadata. (2022). Ternyata Ini Alasan Paylater Jadi Tren Konsumen Saat Transaksi E-Commerce. Diambil 17 April 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ternyata-ini-alasan-paylater-jadi-tren-konsumen-saat-transaksi-e-commerce>
- Kelly, J. R., Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). American Piety: The Nature of Religious Commitment. *Sociological Analysis*, 29(3), 164. <https://doi.org/10.2307/3710152>
- Khan, M. A. (1994). *An Introduction to Islamic Economics*. Pakistan: International Institute of Islamic Thought.
- Kilpatrick, Swafford, & F. (2001). *Adding It Up*. Washington, D.C.: National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/9822>
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2012). *2012. Marketing Management, 14th*, (14 ed.). Person Education.
- Krauss, S. E. dkk. (2005). The Muslim Religiosity-Personality Measurement Inventory (MRPI)'s Religiosity Measurement Model: Toward Filling The Gaps in Religiosity Research on Muslim. *Pertanika Journal of Social Science and Humanity*, 13(2), 173–186.
- Kutner, M. (2005). *Applied Linear Statistical Models*. New York: McGraw-Hill Education.
- Latan, H. dan S. T. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- M Anto, B. H. (2003). *M.B Hendrie Anto*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mannan, M. A. (1997). *Mannan, Abdul, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Terjemah*. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa.
- Marzuki. (1991). *Metodelogi Riset*. Yogyakarta: UII Press.
- Monks, F. J., Knoers, A. M. ., & Haditono, S. R. (2002). *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada

University Press.

- Nashori, F. dan R. D. M. (2002). *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- NEFF, J. A. (2006). Exploring the Dimensionality of “Religiosity” and “Spirituality” in the Fetzer Multidimensional Measure. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45(3), 449–459. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5906.2006.00318.x>
- newseumed. (2022). Methods of Religious Studies – Review. Diambil 22 Januari 2022, dari <https://newseumed.org/tools/lesson-plan/methods-religious-studies-review>
- Ogilvy & Mather. (2016). *The Velocity 12 Markets*.
- Olufadi, Y. (2017). Muslim Daily Religiosity Assessment Scale (MUDRAS): A new instrument for Muslim religiosity research and practice. *Psychology of Religion and Spirituality*, 9(2), 165–179. <https://doi.org/10.1037/rel0000074>
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3(2), 199.
- Rahayu, D. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Angkatan 2015*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Sari, T. Y. (2009). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*. USU.
- Sharif, K., & Kassim, N. M. (2015). Luxury Consumption Behavior of Muslim Customers in a Culturally Distinct and an Affluent Market. In *Islamic Perspectives on Marketing and Consumer Behavior* (hal. 193–213). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8139-2.ch009>
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah* (3 ed.). Jakarta: Lentera Hati.
- Sholehah, A. (2017). *Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro (Studi Kasus Pada Jurusan Ekonomi Syariah)*. IAIN METRO.
- Sitepu, N. I. (2017). Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i1.6650>
- Skemp, R. R. (1978). Relational Understanding and Instrumental Understanding. *The Arithmetic Teacher*, 26(3), 9–15. <https://doi.org/10.5951/AT.26.3.0009>
- Soetrisno. (1992). *Kapita Selekta Ekonomi Indonesia (Suatu Kasus)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sudijono, A. (2011). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Sujarweni & Utami. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Start Up.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryadi, B. & B. H. (2021). *RELIGIUSITAS: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia.
- Tanzeh, A. (2011). *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tiliouine, H., & Belgoumidi, A. (2009). An Exploratory Study of Religiosity, Meaning in Life and Subjective Wellbeing in Muslim Students from Algeria. *Applied Research in Quality of Life*, 4(1), 109–127. <https://doi.org/10.1007/s11482-009-9076-8>
- Umar, H. (2007). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yunus, M. (1989). *Kamus Arab - Indonesia*. Jakarta: Mahud Yunuz Wadzmuriya.
- Yustati, H. (2020). Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas terhadap Konsumerisme pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Indo-Islamika*, 5(1), 25–50. <https://doi.org/10.15408/idi.v5i1.14786>
- Yuswohady. (2016). *GenM: Generation Muslim*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

