

**Pengaruh Sikap *Qona'ah* Terhadap Perilaku Konsumsi Santriwati
Pondok Pesantren Darul Hikmah Bangkalan**

***The Influence of the Attitude of Qona'ah (Contentment) on the
Consumption Behavior of Female Students at Darul Hikmah Islamic
Boarding School, Bangkalan***

Siti Maulidiya^{1*}, Achmad Junaidi², Ulya Dharodjah³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan

*E-mail: 2022293290529@darul-hikmah.com, achmadjunaidi@darul-hikmah.com,
dhorojah@darul-hikmah.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi, *e-commerce*, dan media sosial telah memicu pergeseran pola konsumsi generasi muda menuju gaya hidup konsumtif, tidak terkecuali di lingkungan pesantren. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh sikap *qona'ah* terhadap perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian mencakup seluruh santriwati aktif sebanyak 412 orang, dengan sampel sebesar 40 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria keterpaparan tren belanja daring dan alokasi pengeluaran bulanan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur berskala Likert. Data dianalisis menggunakan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan linieritas), serta analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS. Hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan nilai thitung sebesar 4,822 > t tabel (1,68385) dengan nilai signifikansi $p < 0,001$ ($< 0,05$). Koefisien regresi bernilai positif ($b = 0,569$), mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara sikap *qona'ah* terhadap perilaku konsumsi santriwati. Temuan ini membuktikan bahwa semakin kuat penginternalisasian sikap *qona'ah*, maka semakin teratur, rasional, dan Islami perilaku konsumsi santriwati dalam memprioritaskan kebutuhan pokok (*daruriyah*) di atas keinginan sekunder maupun tersier.

Kata kunci: Qona'ah, Perilaku Konsumsi, Santriwati, Ekonomi Islam, Pondok Pesantren

ABSTRACT

The rapid development of information technology, *e-commerce*, and social media has triggered a shift in the consumption patterns of the younger generation toward a consumptive lifestyle, and Islamic boarding schools (*pesantren*) are no exception. This study aims to empirically analyze the effect of the *qona'ah* attitude (contentment) on the consumption behavior of female students (*santriwati*) at the Darul Hikmah Langkap Burneh Islamic Boarding School in Bangkalan. This study employs a quantitative approach with a causal associative design. The population comprised 412 active female students, with a sample of 40 respondents selected through a

purposive sampling technique based on criteria such as exposure to online shopping trends and monthly expenditure allocations. Data were collected using a structured Likert-scale questionnaire. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classic assumption tests (normality and linearity), and simple linear regression analysis via SPSS. The results of the hypothesis testing (t-test) showed a $t_{\text{statistic}}$ value of $4,822 > t_{\text{table}} (1,68385)$ with a significance value of $p < 0,001 (< 0,05)$. The regression coefficient was positive ($b = 0,569$), indicating a partial, positive, and significant effect of the *qona'ah* attitude on the female students' consumption behavior. These findings prove that the stronger the internalization of the *qona'ah* attitude, the more orderly, rational, and Islamic the consumption behavior of female students becomes in prioritizing primary needs (*daruriyah*) over secondary or tertiary desires.

Keywords: *Qona'ah*, Consumption Behavior, Female Students (Santriwati), Islamic Economics, Islamic Boarding School (Pesantren).

Pendahuluan

Perkembangan zaman pada era modern saat ini mengalami transformasi yang sangat signifikan seiring pesatnya penetrasi internet, *smartphone*, serta akselerasi media sosial dan platform belanja digital. Fenomena ini membentuk ekosistem ekonomi modern dan budaya kapitalisme yang mendorong masyarakat pada siklus gaya hidup konsumtif. Perilaku konsumsi masyarakat tidak lagi berorientasi semata-mata pada pemenuhan kebutuhan dasar (*need*), melainkan telah bergeser pada pemenuhan keinginan (*want*) dan simbol status sosial yang dipicu oleh tekanan lingkungan sosial, tren media sosial, serta paparan iklan *online*¹. Maraknya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan pengaruh *influencer* semakin mempercepat pergeseran ini dengan memicu kecenderungan *impulsive buying* di kalangan generasi muda², yang kerap berujung pada budaya *flexing* serta

¹ S SAFARI, *PENGARUH E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL DAN PERGAULAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (Studi Pada ... (eprints.untirta.ac.id, 2025), <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/49326>; S Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam* (etheses.iainponorogo.ac.id, 2024), <https://etheses.iainponorogo.ac.id/28406/2/SALMATUL WAHIDAH-102200050-HES.pdf>.

² N N Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating* (repository.unissula.ac.id, 2025), <https://repository.unissula.ac.id/39408/>.

ketidakmampuan membedakan kebutuhan hakiki dengan dorongan hedonis semata ³.

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, konsumsi bukan sekadar aktivitas pemenuhan fisik, melainkan bagian dari ibadah yang diikat oleh nilai etika dan batasan syariat ⁴. Islam secara tegas melarang sikap berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*) dalam mengalokasikan harta ⁵. Berdasarkan kerangka *Maqasid al-Syariah*, etika konsumsi Islami menekankan prinsip keseimbangan (*al-i'tidal*), kemaslahatan (*maslahah*), kesederhanaan, serta kehati-hatian dalam membelanjakan rezeki agar terhindar dari dorongan konsumtif berlebihan ⁶.

Salah satu fondasi moral dan spiritual yang menjadi benteng utama dalam mengendalikan dorongan konsumtif adalah sikap qana'ah. Qana'ah didefinisikan sebagai sikap mental yang merasa cukup dan ridha atas rezeki yang diperoleh, diiringi oleh rasa syukur, ketenangan jiwa, serta terhindar dari sifat tamak. Hubungan dan pengaruh sikap qana'ah terhadap perilaku konsumtif telah banyak dibuktikan dalam berbagai studi empiris empiris. Julitasari ⁷ menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara qana'ah dengan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi sikap qana'ah maka semakin rendah kecenderungan konsumtif seseorang. Temuan ini didukung oleh Duhani ⁸ yang mengonfirmasi adanya keterkaitan erat antara sifat qana'ah dan rasa syukur terhadap pengendalian perilaku konsumtif. Lebih

³ A Mahrusah, "FLEXING DALAM AL-QUR'AN: ANALIS QS. AT-TAKATSUR PERSPEKTIF TAFSIR AL-JAILANI," *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2026, <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/4078>; W SRI, *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM ...* (repository.radenintan.ac.id, 2025), <https://repository.radenintan.ac.id/41764/>.

⁴ W L Augustina and R Rozalinda, "Implementasi Pembiayaan Syariah Melalui Akad Musyarakah Dan Mudharabah Pada Financial Technology Syariah," *Al-Masraf: Jurnal Lembaga ...*, 2023, <https://pdfs.semanticscholar.org/848e/d0332247943f2683d921c0003ced5323ea07.pdf>.

⁵ Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

⁶ N A Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR* (repository.uinfabengkulu.ac.id, 2026), <http://repository.uinfabengkulu.ac.id/6129/>.

⁷ "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III," *UIN Raden Fatah*, 2017, <https://repository.radenfatah.ac.id/1488/1/Reiza-Julitasari-12350149.pdf>.

⁸ *HUBUNGAN QONA'AH DAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA* (repository.uin-suska.ac.id, 2022), <http://repository.uin-suska.ac.id/59134/>.

lanjut, Rahmadani, Rizki, dan Restya⁹ serta Kurniawan¹⁰ secara empiris membuktikan bahwa sikap qana'ah memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap penurunan tingkat perilaku konsumtif. Dalam studi terbarunya, Dahjana dan Halimah¹¹ serta Cholili dkk.¹² juga menegaskan kembali relevansi sifat qana'ah sebagai pengontrol internal dalam mereduksi kecenderungan konsumtif di era modern. Bahkan, Rohmah¹³ menguraikan bahwa qana'ah dapat berperan sebagai variabel pemoderasi (*moderating variable*) yang mampu memperlemah dampak Fear of Missing Out (FOMO) dan influencer terhadap pembelian impulsif (*impulsive buying*), serta Mutiya¹⁴ yang menunjukkan kontribusi pemahaman tasawuf akhlaki (qana'ah) dalam meminimalisir sikap shopaholic.

Secara ideal, lingkungan pondok pesantren merupakan benteng pembentukan karakter Islami yang menginternalisasikan nilai kesederhanaan, ketaatan, dan keikhlasan dalam kehidupan sehari-hari santri. Fenomena pergeseran pola konsumsi ini mengindikasikan mulai masuknya pengaruh budaya populer dan kemudahan akses transaksi digital di lingkungan pesantren. Pada Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan, kecenderungan pemenuhan gaya hidup tercermin dari pola pengalokasian uang saku santriwati pada barang-barang sekunder maupun tersier seperti produk *fashion*, jajanan non-pokok, hingga perawatan kulit (*skincare*) yang diakses melalui platform *e-commerce*. Dalam konteks ini, timbul potensi pergeseran prioritas keuangan di mana alokasi kebutuhan gaya hidup terkadang menggeser pemenuhan kewajiban utama, sehingga memicu perlunya penguatan kontrol internal berbasis nilai-nilai keagamaan.

⁹ “Pengaruh Sifat Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa(I) Sma Negeri 3 Banda Aceh,” *Jurnal Bisnis Dan Kajian ...*, 2019, <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/984>.

¹⁰ *Pengaruh Antara Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau* (repository.uir.ac.id, 2020), <https://repository.uir.ac.id/id/eprint/14322>.

¹¹ “Pengaruh Sifat Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa,” *Bandung Conference Series ...*, 2025, <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPS/article/view/15908>.

¹² “THE RELEVANCE OF QANA’AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS,” *RESILIENCE: JOURNAL OF ...*, 2025.

¹³ *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana’ah Sebagai Variabel Moderating*.

¹⁴ *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI TASAWUF AKHLAKI TERHADAP MENJAUHI SIKAP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWI JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ...* (repository.uin-suska.ac.id, 2020), <http://repository.uin-suska.ac.id/28486/2/GABUNGAN.pdf>.

Meskipun kajian mengenai perilaku konsumsi telah banyak dilakukan, Meskipun studi *qona'ah* dan keuangan marak dilakukan, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada subjek siswa atau mahasiswa umum¹⁵ serta sebatas mengukur pereduksian perilaku konsumtif atau belanja impulsif¹⁶. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian empiris *qona'ah* sebagai benteng spiritual psikologis terhadap pembentukan perilaku konsumsi islami berlandaskan ketaatan syariat, moderasi (*al-i'tidal*), dan prioritas *daruriyah* pada subjek spesifik santriwati di tengah penetrasi *e-commerce* di lingkungan pesantren. Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis dan mengukur besarnya pengaruh sikap *qona'ah* terhadap perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan.

Kajian Pustaka

Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perilaku konsumsi dalam Ekonomi Islam memiliki hakikat yang berbeda dari ekonomi konvensional. Ekonomi konvensional memandang konsumsi sekadar aktivitas memaksimalkan kepuasan materiil tanpa batasan moral¹⁷. Sebaliknya, Ekonomi Syariah menempatkan konsumsi sebagai bagian dari ibadah yang terikat etika dan hukum syariat guna memelihara jiwa serta fisik untuk menjalankan tugas penghambaan dan kekhalifahan¹⁸. Pengalokasian harta dituntun oleh *Maqasid al-Syariah* demi mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) dan mencegah kemudharatan¹⁹. Hierarki konsumsi terbagi atas kebutuhan pokok (*daruriyah*), pendukung (*hajiyat*), dan pelengkap (*tahsiniyat*), di mana etika Islami menuntut prioritas rasional pada tingkat *daruriyah* seperti biaya pendidikan, administrasi pesantren, dan makanan

¹⁵ Dahjana and Halimah, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa"; Julitasari, "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III."

¹⁶ Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS"; Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating*.

¹⁷ SAFARI, *PENGARUH E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL DAN PERGAULAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (Studi Pada ...; Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

¹⁸ Augustna and Rozalinda, "Implementasi Pembiayaan Syariah Melalui Akad Musyarakah Dan Mudharabah Pada Financial Technology Syariah."

¹⁹ Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*.

pokok sebelum memenuhi kebutuhan sekunder maupun estetika²⁰. Selain itu, konsumsi harus berlandaskan prinsip kehalalan, moderasi (*al-i'tidal*), serta menjauhi sifat berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*)²¹. Konsumsi Islami juga berorientasi pada kemaslahatan sosial melalui kepedulian berbagi seperti zakat, infak, dan sedekah.

Konsep Sikap Qona'ah

Sikap *qona'ah* merupakan fondasi moral dan spiritual Islam yang berfungsi sebagai kontrol internal (*self-control*) kepribadian seorang Muslim²². Secara istilah, *qona'ah* adalah sikap mental merasa cukup dan ridha atas rezeki yang diterima, diiringi rasa syukur, ketenangan jiwa, serta terhindar dari sifat tamak, boros, dan iri²³. *Qona'ah* bukan berarti pasif atau enggan berikhtiar, melainkan kemampuan mengendalikan keinginan materiil secara rasional setelah berupaya maksimal²⁴. Dimensi utama *qona'ah* tercermin melalui rasa puas terhadap rezeki, kelapangan dada, ketenangan jiwa, perwujudan rasa syukur, serta kemampuan membentengi diri dari sifat berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*)²⁵. Di era modern, *qona'ah* berperan sebagai benteng spiritual dan psikologis (*spiritual and psychological shield*) yang efektif dalam membendung gaya hidup konsumtif, belanja impulsif (*impulsive buying*), tren *Fear of Missing Out* (FOMO), serta budaya *flexing* akibat paparan media sosial dan *e-commerce*²⁶. Penginternalisasian

²⁰ Fadhila.

²¹ Augusna and Rozalinda, "Implementasi Pembiayaan Syariah Melalui Akad Musyarakah Dan Mudharabah Pada Financial Technology Syariah"; Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*; Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

²² Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS"; Mutiya, *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI TASAWUF AKHLAKI TERHADAP MENJAUHI SIKAP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWI JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA*

²³ DUHANI, *HUBUNGAN QONA'AH DAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA*.

²⁴ Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*.

²⁵ Dahjana and Halimah, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa"; Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

²⁶ Mahrusah, "FLEXING DALAM AL-QUR'AN: ANALIS QS. AT-TAKATSUR PERSPEKTIF TAFSIR AL-JAILANI"; Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating*.

qona'ah membekali individu, khususnya santriwati, kemampuan mendasar untuk membedakan kebutuhan hakiki (*need*) dari dorongan keinginan semata (*want*)²⁷.

Pengaruh Sikap *Qona'ah* terhadap Perilaku Konsumsi

Sikap *qona'ah* memiliki hubungan kausalitas yang erat dalam mengendalikan perilaku konsumsi seseorang²⁸. Dalam psikologi ekonomi Islam, *qona'ah* berfungsi sebagai mekanisme kontrol internal (*internal control system*) yang memengaruhi keputusan alokasi keuangan pribadi²⁹. Tingginya nilai *qona'ah* membekali individu kesadaran spiritual dan kematangan emosional untuk menahan dorongan belanja impulsif (*impulsive buying*) serta tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial maupun iklan digital³⁰. Nilai *qona'ah* mendorong penerapan prinsip moderasi (*al-i'tidal*) dan pengutamaan skala prioritas, di mana alokasi dana secara rasional difokuskan pada kebutuhan pokok (*daruriyah*) seperti biaya pendidikan dan administrasi sebelum memenuhi keinginan sekunder (*hajiyyat*) maupun tersier (*tahsiniyyat*)³¹. Secara empiris, penguatan *qona'ah* terbukti mereduksi sifat *shopaholic* dan budaya *flexing*³², serta berperan sebagai variabel pemoderasi yang memperlemah dampak negatif tren *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *influencer*³³. Dengan demikian, semakin kuat sikap *qona'ah* yang dimiliki

²⁷ Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS"; Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*.

²⁸ Rahmadani, Rizki, and Restya, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa(I) Sma Negeri 3 Banda Aceh."

²⁹ Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS"; Dahjana and Halimah, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa."

³⁰ DUHANI, *HUBUNGAN QONA'AH DAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA*; Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating*.

³¹ Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*; Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

³² Kurniawan, *Pengaruh Antara Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*; Mahrusah, "FLEXING DALAM AL-QUR'AN: ANALIS QS. AT-TAKATSUR PERSPEKTIF TAFSIR AL-JAILANI"; Mutiya, *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI TASAWUF AKHLAKI TERHADAP MENJAUHI SIKAP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWI JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ...*

³³ Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating*.

santriwati, maka semakin rasional, teratur, dan Islami perilaku konsumsi mereka ³⁴.



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang disajikan secara deskriptif untuk menguji hubungan sebab-akibat serta mengukur besarnya pengaruh variabel sikap *qona'ah* (X) terhadap perilaku konsumsi santriwati (Y) melalui analisis data numerik dan pengujian statistik ³⁵. Pendekatan kuantitatif dipilih secara metodologis untuk menghasilkan pembuktian empiris yang terukur, rasional, dan objektif mengenai fenomena perilaku konsumsi santriwati di lingkungan pesantren ³⁶. Populasi sasaran dalam penelitian ini mencakup seluruh santriwati aktif yang menetap di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan dengan jumlah keseluruhan sebanyak 412 orang. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria homogen tertentu yang disesuaikan dengan fokus dan kriteria fenomena penelitian ³⁷.

Populasi penelitian mencakup 412 santriwati aktif Pondok Pesantren Darul Hikmah Bangkalan, dengan sampel $N = 40$ yang dipilih melalui *purposive sampling* untuk membentuk kelompok responden homogen

³⁴ Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS."

³⁵ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*, 2013.

³⁶ Sugiyono.

³⁷ Sugiyono.

(*homogeneity group*)³⁸. Kriteria inklusi mencakup santriwati yang terpapar tren *fashion* dan *skincare*, bertransaksi *e-commerce* minimal sekali sebulan, serta memiliki kesetaraan rentang pengeluaran (Rp150.000–Rp200.000) dan uang saku (Rp400.000–Rp500.000) guna mengontrol variasi latar belakang ekonomi (*controlling financial background variance*), sehingga keputusan konsumsi teramati murni terdorong oleh kontrol internal (*qona'ah*). Penetapan sampel $N = 40$ difokuskan sebagai studi konteks eksploratif-spesifik pada *accessible population* di lingkungan pesantren terkontrol (*restricted environment*) yang membatasi penggunaan gawai dan transaksi digital. Secara statistik parametrik regresi linier, ukuran sampel $N = 40$ ini secara metodologis telah melampaui syarat kecukupan data minimal ($N > 30$) berdasarkan *Central Limit Theorem* (Roscoe, 1975; Damanik, 2025) serta terbukti valid memenuhi seluruh uji asumsi klasik, dengan pembatasan bahwa implikasi hasil penelitian berlaku secara kontekstual (*context-specific generalization*) pada populasi sasaran berkarakteristik serupa.

Variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen yaitu sikap *qona'ah* (X) dan variabel dependen yaitu perilaku konsumsi santriwati (Y). Variabel sikap *qona'ah* dioperasionalkan sebagai sikap mental Islami yang merasa cukup dan ridha atas rezeki, diukur melalui indikator rasa puas terhadap rezeki, kelapangan dada, kontrol diri dan ketenangan jiwa, perwujudan rasa syukur, serta kemampuan membentengi diri dari sifat boros maupun tamak. Sementara itu, variabel perilaku konsumsi santriwati dioperasionalkan sebagai kebiasaan pengalokasian harta yang selaras dengan etika syariah, diukur melalui indikator kepatuhan pada batasan syariat, penerapan prinsip moderasi konsumsi (*al-itidal*), penetapan skala prioritas kebutuhan pokok (*daruriyah*) di atas keinginan sekunder, serta orientasi kemaslahatan sosial. Seluruh indikator dari kedua variabel diukur menggunakan instrumen kuesioner terstruktur berskala Likert lima tingkat, mulai dari Sangat Setuju dengan bobot skor lima hingga Sangat Tidak Setuju dengan bobot skor satu. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden terpilih, sedangkan data sekunder dihimpun melalui studi dokumentasi kelembagaan pesantren dan penelusuran literatur ilmiah yang relevan.

³⁸ R Munir and M Abdullah, "Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Garut Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi ...*, 2022, <https://journal.stai-musaddadiyah.ac.id/index.php/jhesy/article/view/267>.

Tahapan analisis data diolah secara terstruktur menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS guna menjamin akurasi estimasi model. Pengujian instrumen diawali dengan Uji Validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk memastikan seluruh butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,312) pada tingkat signifikansi 5 persen. Pengujian dilanjutkan dengan Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menguji konsistensi internal instrumen, di mana variabel dinyatakan reliabel apabila nilai α lebih besar dari 0,60. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, Uji Asumsi Klasik diterapkan terlebih dahulu, mencakup Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov* untuk memastikan data residual berdistribusi normal ($p > 0,05$) serta Uji Linieritas *Deviation from Linearity* untuk mengonfirmasi bahwa hubungan antara sikap *qona'ah* dan perilaku konsumsi bersifat linier secara signifikan ($p > 0,05$) (Damanik, 2025). Setelah seluruh asumsi statistik terpenuhi, pengujian hipotesis dilakukan melalui Analisis Regresi Linier Sederhana dengan formulasi matematis $Y = a + bX$ serta pengujian signifikansi parsial melalui Uji t pada taraf nyata 5 persen ($df = 38$), di mana hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,68385) dan nilai $Sig. < 0,05$ (Damanik, 2025).

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik Responden dan Pengujian Kualitas Instrumen

Penelitian ini melibatkan 40 santriwati aktif di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan yang dipilih berdasarkan kriteria *purposive sampling*. Secara demografis, responden berada pada rentang usia 13 hingga 22 tahun. Berdasarkan jenjang pendidikan, sebanyak 18 santriwati (45%) berada di jenjang SMP, 13 santriwati (32,5%) menempuh jenjang SMA, dan 9 santriwati (22,5%) menempuh jenjang Perguruan Tinggi. Seluruh responden merupakan individu yang secara aktif terpapar tren belanja daring serta memiliki alokasi pengeluaran pribadi bulanan.

Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen kuesioner diuji kualitasnya menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Pengujian validitas dilakukan terhadap 13 butir item variabel sikap *qona'ah* (X) dan 13 butir item variabel perilaku konsumsi (Y). Ringkasan hasil pengujian kualitas instrumen disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Rentang Nilai <i>rhitung</i>	Nilai <i>r_{tabel}</i> ($\alpha=5\%$)	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Minimum Reliabilitas	Status Evaluasi
Sikap <i>Qona'ah</i> (X)	13	0,412 – 0,725	0,312	0,796	0,60	Valid & Reliabel
Perilaku Konsumsi (Y)	13	0,389 – 0,761	0,312	0,810	0,60	Valid & Reliabel

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item kuesioner pada variabel sikap *qona'ah* dan perilaku konsumsi memiliki nilai *rhitung* > *r_{tabel}* (0,312), sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid secara statistik³⁹. Sementara itu, hasil pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai sebesar 0,796 untuk variabel sikap *qona'ah* dan 0,810 untuk variabel perilaku konsumsi. Karena kedua nilai *Cronbach's Alpha* tersebut secara signifikan melampaui batas ambang minimal 0,60, maka seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur variabel penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya estimasi regresi linier sederhana, data penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan analisis asumsi klasik untuk memastikan bahwa model statistik yang digunakan bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan bebas dari penyimpangan. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas dan Uji Linieritas, dengan ringkasan hasil yang disajikan pada Tabel 2.

³⁹ N A Asyari et al., "Urgensi Regulasi Syariah Dalam Layanan Fintech Syariah Berbasis Artificial Intelligence Di Indonesia," *Jurnal* ..., 2025, <https://www.jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/9668>.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi	Metode Analisis Statistik	Parameter / Nilai Pengujian	Nilai Signifikan si (p-value)	Batas Kriteria Kelayakan	Kesimpulan Evaluasi
Uji Normalitas	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	Z = 0,072	0,200	p > 0,05	Residual Berdistribusi Normal
Uji Linieritas	<i>Deviation from Linearity</i>	F = 0,681	0,816	p > 0,05	Hubungan Antarvariabel Linier

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual dari variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Menggunakan metode One Sample Kolmogorov Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf nyata $\alpha = 0,05$ ($0,200 > 0,05$), maka H_0 diterima, yang berarti data residual terdistribusi secara normal dan layak digunakan dalam model regresi.

2. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu sikap qona'ah (X) memiliki hubungan yang linier secara signifikan dengan variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y). Berdasarkan uji Deviation from Linearity, diperoleh nilai F hitung sebesar 0,681 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,816. Karena nilai signifikansi *Deviation from Linearity* berada di atas batas ambang 0,05 ($0,816 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara sikap qona'ah dan perilaku konsumsi santriwati bersifat linier secara signifikan

Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis mengenai bentuk hubungan matematis serta mengukur besarnya pengaruh variabel independen, yaitu sikap *qona'ah* (X), terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumsi santriwati (Y) (Damanik, 2025). Berdasarkan hasil pengolahan data statistik menggunakan SPSS, estimasi parameter model regresi dan hasil pengujian hipotesis parsial (Uji t) dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana dan Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Model Regresi	Unstandardized Coefficients (B)	Standard Error	Standardized Coefficients (Beta)	t hitung	t tabel ($\alpha=5\%$)	Signifikansi (p-value)	Keputusan Hipotesis
(Constant)	26,141	6,398	-	4,086	-	<0,001	Signifikan
Sikap <i>Qona'ah</i> (\$X\$)	0,569	0,118	0,616	4,822	1,68385	<0,001	Ha Diterima (Ho Ditolak)

Berdasarkan hasil kalkulasi parameter statistik pada Tabel 3, maka persamaan regresi linier sederhana yang mengkonfirmasi hubungan variabel dapat dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

$$Y = 26,141 + 0,40$$

Interpretasi ekonometrik dan teoritis atas persamaan matematis di atas dapat diuraikan secara rinci:

1. Nilai Konstanta ($B_0 = 26,141$):

Nilai konstanta sebesar 26,141 mengindikasikan bahwa apabila variabel sikap *qona'ah* (X) bernilai nol atau konstan (tidak mengalami perubahan), maka dasar pemahaman dan perilaku konsumsi Islami santriwati di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan secara alami berada pada tingkat sebesar 26,141 poin. Nilai ini menunjukkan adanya kearifan lokal dan nilai-nilai keagamaan dasar yang sudah melekat pada diri santriwati sebelum dipengaruhi oleh tingkat *qona'ah* secara intensif.

2. Koefisien Regresi ($B_1 = 0,569$):

Koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,569 dengan koefisien terstandardisasi (Beta) sebesar 0,616. Hal ini menunjukkan adanya hubungan kausalitas positif dan searah. Maknanya, setiap terjadi peningkatan sikap *qona'ah* (X) sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan kualitas perilaku konsumsi santriwati (Y) yang rasional dan sesuai syariat sebesar 0,569 satuan. Sebaliknya, penurunan pada tingkat sikap *qona'ah* akan berbanding lurus dengan memburuknya atau bergesernya perilaku konsumsi santriwati ke arah yang lebih konsumtif.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen yaitu sikap *qona'ah* (X) secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumsi santriwati (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan:

1. Berdasarkan Nilai Signifikansi: Jika nilai Sig. < 0,05, maka data dinyatakan berpengaruh secara signifikan.
2. Berdasarkan Nilai t: Jika nilai thitung > ttable , maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4. Hasil Pengujian Uji Parsial t

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
1 (Constant)	26,141	6,398		4,086	<0,001
SIKAPQONAAH	,569	,118	,616	4,822	<0,001

Hasil Pengambilan Keputusan Uji t:

1. **Nilai Signifikansi:** Diperoleh nilai Sig. sebesar 0,001. Karena $0,001 < 0,05$, maka pengaruh antarvariabel dinyatakan **signifikan**.

2. **Nilai thitung vs ttabel:** Diperoleh nilai thitung sebesar 4,822 dan ttabel sebesar 1,68385. Karena thitung > ttabel ($4,822 > 1,68385$), maka **H_0 ditolak dan H_a diterima.**

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Guna mengukur seberapa besar kemampuan variabel sikap qona'ah (X) dalam menjelaskan variasi variabel perilaku konsumsi santriwati (Y), dilakukan analisis koefisien determinasi. Hasil pengolahan data disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,616	0,379	0,363	4,215

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,379 (atau 37,9%). Nilai ini mengindikasikan bahwa sebesar 37,9% variasi perubahan perilaku konsumsi santriwati (Y) dijelaskan oleh variabel sikap qona'ah (X). Sementara itu, sisanya sebesar 62,1% ($100\% - 37,9\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti tingkat literasi keuangan syariah, paparan iklan digital (digital advertising), pengaruh kelompok sebaya (peer group), serta regulasi pengawasan keuangan harian oleh pengasuh pesantren.

Pengujian hipotesis membuktikan secara empiris bahwa sikap *qona'ah* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan ($t_{hitung} = 4,822 > t_{tabel} = 1,68385$ $p < 0,001$ $R^2 = 0,379$). Nilai koefisien regresi yang positif ($b = 0,569$) mengonfirmasi arah hubungan yang konvergen, di mana setiap peningkatan penginternalisasian nilai *qona'ah* pada diri santriwati secara konsisten diikuti oleh peningkatan kualitas perilaku konsumsi yang lebih teratur, rasional, dan sesuai dengan etika Ekonomi Islam.

Secara ekonometrik dan psikologi Islam, temuan ini menjelaskan bahwa sikap *qona'ah* berfungsi sebagai sistem kontrol internal (*internal*

control system) dan perisai spiritual-psikologis (*spiritual-psychological shield*) yang memitigasi *irrational financial decision-making* pada diri santriwati⁴⁰. Mekanisme kausalitas ini bekerja secara berjenjang dan terstruktur. Pada tahap awal, nilai *qona'ah* menekan dorongan *hedonic desire* dan pembelanjaan impulsif (*want reduction*) yang terdegradasi oleh paparan *e-commerce*, tren *fashion* atau *skincare* di media sosial, serta tekanan gaya hidup *flexing* dan *Fear of Missing Out* (FOMO)⁴¹. Ketenangan jiwa (*tuma'ninah*) dan kesadaran akan kecukupan materi yang dihasilkan dari *qona'ah* kemudian mengarahkan santriwati untuk secara rasional menegakkan hierarki kebutuhan (*priority setting*), yakni dengan memprioritaskan pemenuhan kebutuhan pokok (*daruriyah*) seperti biaya pendidikan dan administrasi pesantren ketimbang mengikuti keinginan sekunder (*hajiyyat*) maupun tersier (*tahsiniyat*) yang tidak mendesak⁴². Rangkaian proses psikologis-spiritual tersebut pada akhirnya mentransformasi alokasi pengeluaran uang saku harian santriwati menuju penerapan prinsip moderasi (*al-i'tidal*), sekaligus mereduksi tindakan pemborosan (*tabdzir*) dan perilaku berlebih-lebihan (*israf*) demi mewujudkan konsumsi berbasis kemaslahatan (*maslahah*)⁴³.

Temuan ini secara eksplisit memperkuat dan memperluas basis literatur empiris yang menempatkan *qona'ah* sebagai pengontrol internal dalam mereduksi kecenderungan perilaku konsumtif dan *shopaholic* pada generasi muda⁴⁴. Kendati demikian, letak kebaruan (*novelty*) dan keunggulan

⁴⁰ Cholili et al., "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS"; Dahjana and Halimah, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa."

⁴¹ Mahrusah, "FLEXING DALAM AL-QUR'AN: ANALIS QS. AT-TAKATSUR PERSPEKTIF TAFSIR AL-JAILANI"; Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderating*.

⁴² Fadhila, *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*.

⁴³ Agusna and Rozalinda, "Implementasi Pembiayaan Syariah Melalui Akad Musyarakah Dan Mudharabah Pada Financial Technology Syariah"; Wahidah, *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam*.

⁴⁴ DUHANI, *HUBUNGAN QONA'AH DAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA*; Julitasari, "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III"; Kurniawan, *Pengaruh Antara Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*; Mutiya, *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI TASAWUF AKHLAKI TERHADAP MENJAUHI SIKAP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWI JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ...*; Rahmadani, Rizki, and Restya, "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa/(I) Sma Negeri 3 Banda Aceh"; Rohmah, *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media*

metodologis penelitian ini dibanding studi terdahulu bertumpu pada dua aspek kunci. Pertama, dari segi lokus dan karakteristik subjek, jika penelitian terdahulu didominasi oleh subjek siswa atau mahasiswa di lingkungan publik yang bebas, studi ini membuktikan keberhasilan penginternalisasian *qona'ah* pada subjek spesifik santriwati di lingkungan terkontrol (*restricted environment*) pesantren tradisional-modern di tengah maraknya penetrasi transaksi digital *e-commerce*. Kedua, terjadi pergeseran konstruksi variabel terikat, di mana penelitian ini bertransformasi dari sekadar mengukur pereduksian sifat konsumtif yang bersifat negatif (*negative reduction*) menuju pengukuran perilaku konsumsi Islami (*positive construction*) yang terstruktur berdasarkan kepatuhan syariat, prinsip moderasi, dan asas kemaslahatan.

Implikasi akademis dan praktis dari temuan ini menggarisbawahi urgensi penguatan kurikulum berbasis tasawuf akhlaki dan pendidikan literasi keuangan Syariah di institusi pesantren. Pengasuh dan pengelola pesantren dapat memanfaatkan temuan ini sebagai dasar perumusan kebijakan pembinaan karakter harian untuk membentengi santriwati dari dampak komersialisasi digital dan budaya hedonisme modern, sekaligus membuktikan bahwa penguatan spiritualitas berbanding lurus dengan kecerdasan serta kesadaran finansial para santri.

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa sikap *qona'ah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan ($t_{hitung} = 4,822 > t_{tabel} = 1,68385$ $p < 0,001$), dengan kontribusi pengaruh (R^2) sebesar 37,9%. Hubungan kausalitas searah ($b = 0,569$) mengonfirmasi bahwa semakin kuat penginternalisasian nilai *qona'ah*, maka semakin teratur, rasional, dan Islami perilaku konsumsi santriwati dalam memprioritaskan kebutuhan pokok (*daruriyah*) di atas keinginan sekunder maupun tersier. Sikap *qona'ah* terbukti efektif berfungsi sebagai mekanisme kontrol internal (*internal control system*) dan perisai spiritual-psikologis yang mereduksi kecenderungan belanja impulsif, gaya hidup *flexing*, serta fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* akibat paparan media sosial dan *e-commerce*. Secara kontekstual, temuan ini memiliki keterbatasan generalisasi (*context-specific generalization*) yang

secara spesifik berlaku pada populasi santriwati di lingkungan pesantren terkontrol (restricted environment) dengan profil demografis dan finansial yang homogen. Implikasi praktis dari penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penguatan edukasi keuangan berbasis nilai tasawuf akhlaki di institusi pesantren, sebagai dasar kebijakan dalam membina kemandirian dan kesadaran finansial Syariah santri di era modernisasi digital.

Referensi

- Asyari, N A, A Damanik, M U Kelibia, and ... "Urgensi Regulasi Syariah Dalam Layanan Fintech Syariah Berbasis Artificial Intelligence Di Indonesia." *Jurnal ...*, 2025.
<https://www.jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/9668>.
- Augusna, W L, and R Rozalinda. "Implementasi Pembiayaan Syariah Melalui Akad Musyarakah Dan Mudharabah Pada Financial Technology Syariah." *Al-Masraf: Jurnal Lembaga ...*, 2023.
<https://pdfs.semanticscholar.org/848e/d0332247943f2683d921c0003ced5323ea07.pdf>.
- Cholili, A H, A A Putri, M N Azizah, F S Firdausi, and ... "THE RELEVANCE OF QANA'AH ATTITUDE TO THE TENDENCY OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG STUDENTS." *RESILIENCE: JOURNAL OF ...*, 2025.
- Dahjana, W A J, and L Halimah. "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa." *Bandung Conference Series ...*, 2025.
<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPS/article/view/15908>.
- DUHANI, M. *HUBUNGAN QONA'AH DAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA*. repository.uin-suska.ac.id, 2022.
<http://repository.uin-suska.ac.id/59134/>.
- Fadhila, N A. *PENAFSIRAN AYAT-AYAT QONA'AH PADA PRINSIP FRUGAL LIVING PERSPEKTIF PARA MUFASSIR*. repository.uinfasbengkulu.ac.id, 2026. <http://repository.uinfasbengkulu.ac.id/6129/>.
- Julitasari, R. "Hubungan Antara Qana'ah Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III." *UIN Raden Fatah*, 2017.
[https://repository.radenfatah.ac.id/1488/1/Reiza Julitasari 12350149.pdf](https://repository.radenfatah.ac.id/1488/1/Reiza%20Julitasari%2012350149.pdf).
- Kurniawan, A. *Pengaruh Antara Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*. repository.uir.ac.id, 2020.
<https://repository.uir.ac.id/id/eprint/14322>.
- Mahrusah, A. "FLEXING DALAM AL-QUR'AN: ANALIS QS. AT-TAKATSUR

- PERSPEKTIF TAFSIR AL-JAILANI.” *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2026. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/4078>.
- Munir, R, and M Abdullah. “Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif Oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Garut Perspektif Hukum Ekonomi Islam.” *Jurnal Hukum Ekonomi ...*, 2022. <https://journal.stai-musaddadiyah.ac.id/index.php/jhesy/article/view/267>.
- Mutiya, R. *PENGARUH PEMAHAMAN MATERI TASAWUF AKHLAKI TERHADAP MENJAUHI SIKAP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWI JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA* repository.uin-suska.ac.id, 2020. <http://repository.uin-suska.ac.id/28486/2/GABUNGAN.pdf>.
- Rahmadani, I, R Rizki, and W P D Restya. “Pengaruh Sifat Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa/(I) Sma Negeri 3 Banda Aceh.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian ...*, 2019. <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/984>.
- Rohmah, N N. *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana’ah Sebagai Variabel Moderating.* repository.unissula.ac.id, 2025. <https://repository.unissula.ac.id/39408/>.
- SAFARI, S. *PENGARUH E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL DAN PERGAULAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada* eprints.untirta.ac.id, 2025. <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/49326>.
- SRI, W. *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM* repository.radenintan.ac.id, 2025. <https://repository.radenintan.ac.id/41764/>.
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*, 2013.
- Wahidah, S. *Perilaku Konsumsi Mahasantri Putri Ma’had Al-Jami’ah IAIN Ponorogo Perspektif Etika Konsumsi Islam.* etheses.iainponorogo.ac.id, 2024. https://etheses.iainponorogo.ac.id/28406/2/SALMATUL_WAHIDAH-102200050-HES.pdf.