



***IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

Nur Rahmah*, Munadi Idris

Dosen Program Studi Ekonomi Syariah, IAI Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

*Corresponding author: nurrahmah@iaialmawar.ac.id

Received 21 August; Accepted 21 September 2018

Available online 1 October 2018

ABSTRACT

Impulsive buying behavior is part of consumptive behavior that makes purchases without planning (spontaneous) driven by the human desire that becomes unlimited desire. In the perspective of Islamic economics, consumption is allowed as long as it has benefits for consumers with attention to the good and bad as well as the halal and haramnya a product consumed. This study aims to determine the consumption in Islamic economics, consumption behavior in Islamic economics and Impulsive Buying Behavior in Islamic Economic Perspective. Data collection is literature review or literature, with normative descriptive data analysis technique to study about Islamic economic theory related to impulsive buying behavior. The results of the analysis and discussion that impulsive buying behavior in Islamic economics is based on the buying behavior of mashlahah desire to fulfill the desire of needs that bring benefit and blessing to the consumer.

Keywords: Impulsive buying behavior, Consumption, and Mashlahah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsumsi yang berlebihan dan pertumbuhan penduduk yang pesat merupakan merupakan hal yang menjadi masalah di Indonesia saat ini. Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah konsumsi, begitupun akibat perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia yang sangat mengglobal. Perilaku konsumsi di Indonesia sudah berges (Margharetha : 2014) tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi didasarkan pada motivasi untuk mendapatkan pengetahuan baru tentang perkembangan trend baru dan model baru, suatu sensasi, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stress serta untuk mendapatkan barang yang baik dan bernilai bagi masyarakat. Budaya konsumtif ini sangat mencemaskan serta akan mematikan pasar produk lokal karena ketergantungan terhadap barang impor. Akhirnya masyarakat akan terdorong merubah gaya hidup, konsumsi, perilaku sosial serta keinginan untuk membeli produk-produk baru yang up to date.

Masyarakat Indonesia ketika melewati suatu toko cenderung secara spontan melakukan membeli produk tanpa perencanaan. Pembelian impulsif terjadi akibat dorongan lingkungan toko yang tiba-tiba menarik perhatian yang sangat kuat untuk membeli produk di dalam toko (Indra,dkk : 2013). Keputusan pembelian dalam impulsive buying behaviour yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan lingkungan toko dan di mediasi oleh emosi positif pada faktor sosial baik secara langsung maupun tidak langsung (Jondry : 2012).

Semua lapisan masyarakat terkena virus budaya konsumtif, baik masyarakat tua-muda, kaya ataupun miskin, meskipun kondisi yang tidak menentu. Iklan dijadikan alat untuk menyebarkan virus tersebut. Rancangan iklan diformat melalui media internet (Andi : 2014) dengan menggunakan bentuk teks, gambar animasi gambar, serta audio visual dengan kata-kata yang sasaran mengenai produk yang menjadi trend baru. Iklan mempunyai daya tarik untuk menarik perhatian konsumennya. Televisi menjadi suatu media untuk menayangkan iklan produk terbaru perusahaan melalui gambar dan audio visual.

Pemasaran produk memiliki sasaran tersendiri seperti di Negara Indonesia sasarannya melihat gambaran dari mayoritas penduduknya yang muslim. sehingga pasar berpotensi untuk memasukkan produk-produk yang halal dan tayyib untuk dikonsumsi dari berbagai negara. Semua yang ada di dunia ini halal untuk dikonsumsi, kecuali mengkonsumsi sesuatu yang

diharamkan seperti anjing, babi, darah bangkai (Jenita : 2017). Namun selain dari itu, dalam kerangka pribadi maupun berjamaah Islam melarang umatnya melakukan pemborosan.

Perilaku boros merupakan ciri khas dari impulsive buying behaviour, yang selalu melakukan pembelian tanpa perencanaan didasarkan pada keinginan bukan suatu kebutuhan. Kebutuhan dan keinginan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Dalam perspektif Islam, kebutuhan harus ditentukan oleh mashlahah (Aisa : 2015) atau manfaat dari konsumsi tersebut. Perilaku boros dalam hal ibadah seperti zakat, infak, sedekah yang cenderung orang kaya dan dermawan dengan ringan tangan mengeluarkan uangnya untuk hal ibadah tanpa perencanaan. Hal ini berkaitan dengan konsumsi untuk kehidupan di akhirat kelak. Penelitian ini akan mengkaji tentang impulsive buying behaviour dalam perseptif ekonomi Islam.

PEMBAHASAN

Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Menurut Al-Ghazali (2004) dalam bukunya Ihya 'Ulum ad-Din menyatakan bahwa Konsumsi berkaitan dengan makan, sangat penting dalam kehidupan manusia dan beragama. makanan dalam agama diumpamakan sebagai pondasi dari suatu bangunan. bangunan akan tegak dan menjulang jika pondasi teguh dan kuat. tetapi bangunan tersebut akan roboh jika pondasinya lemah dan bengkok. Seperti halnya dengan makan merupakan kebutuhan pokok manusia, yang akan memberikan energi untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Jika seseorang tidak makan akan menjadi lemah dan roboh seperti makanan.

Pemenuhan kebutuhan sehari-hari dilakukan dengan memanfaatkan barang dan jasa. Contoh barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan ialah makanan dan minum. Keduanya merupakan selalu kita jumpai dilingkungan kita bahkan mengelolanya untuk daya tahan tubuh. Kata konsumsi bukanlah sesuatu yang di dengar, karena manusia ialah makhluk konsumen menuju suatu kemakmuran melalui tingkat kepuasan terhadap pengelolaan barang atau jasa.

Konsumsi pada hakikatnya membelanjakan sesuatu untuk pemenuhan kebutuhan. Konsumsi dalam islam ialah pemenuhan kebutuhan atau penggunaan terhadap komoditas yang baik berupa pakaian, makan dan sebagainya untuk mencapai kemashlatan bersama dunia dan akhirat (Ikhawan Aulia Fatahillah : 2013). Memenuhi kebutuhan makanan untuk menjaga daya tahan tubuh berdasarkan pada kebutuhan akan memudahkan menjalankan suatu ibadah. Ibadah bukanlah sesuatu yang memberatkan yang dapat menghalangi dalam melakukan aktivitas.

Rahmah, N. dan M. Idris. 2018. Impulsive buying behavior...

Ibadah bagian dari rukun Islam dan rukun Iman. Ibadah dalam rukun Islam menurut Yusuf al-Qardhawi (1997) ialah Barang yang baik dan halal diperlukan dalam melakukan konsumsi dengan cara berhemat, berinfak, berzakat, bersedekah, serta menjauhi khamar, gharar, judi dan spekulasi. Umat muslim harus menjaga perilaku dari sikap kemegahan, kemewahan, kemubadziran dan menghindari utang. Konsumsi yang halal dimulai dari mengonsumsi barang yang halal, proses, dan cara yang halal sehingga diperoleh manfaat dan berkah.

Kegunaan suatu barang dalam ekonomi Islam yang dapat dirasakan oleh konsumen dimaknai sebagai utilitas, ketika seseorang mengonsumsi suatu barang (Aisa Manilet : 2015). Terdapat 5 prinsip yang mengendalikan konsumsi dalam Islam menurut Mannan (1989) yaitu keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Keadilan merupakan pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban di tinjau dari tindakan secara adil, mengerti yang salah dan yang benar, tidak bertindak sewenang-wenang terhadap peraturan dan hukum.

Teori konsumsi menurut pemikiran Umar bin Khattab bahwa konsumsi pakaian yang benar harus didasari dengan kaidah-kaidah konsumsi yang berkomitmen. Teori ini (Tuti Masitoh : 2010) dikalangan muslimah jauh tujuan pakaian yaitu menutup aurat. Kepuasan lebih penting dari mashlahah yang di dapat dari hasil konsumsinya, seperti saat ini muslimah disibukkan dengan berbagai perhiasan dan pakaian, pakaian orang-orang kafir menjadi pilih mereka. Pemilihan barang konsumsi menjadi lemah akibat banyaknya kebutuhan yang diciptakan.

Kebutuhan ditentukan oleh mashlahah. Pembahasan pemenuhan kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka maqāṣid al-syari'ah. Untuk mendekati diri kepada Allah swt dengan cara melakukan konsumsi, dan menentukan tujuan perilaku konsumen. Konsumen akan terjebak dalam lingkaran konsumerisme karena tidak bisa memisahkan antara keinginan dan kebutuhan. Seiring dengan dengan beragamnya barang dan jasa, banyak manusia memaksa keinginan mereka. Mengutamakan tuntutan gaya hidup memprioritaskan keinginan daripada pertimbangan mashlahat.

Kebutuhan dan keinginan harusnya di pisahkan, untuk menjembatani beberapa keinginan yang tak terbendung. Untuk memberikan penjelasan apakah konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, dan bagaimana perbedaan maṣlahah sebagai tujuan

konsumsi dalam Islam, dan utility sebagai tujuan konsumsi secara konvensional, antara konsumsi secara utility dan masalah mana yang lebih menguntungkan.

Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam

Sifat materialistik yang dimiliki masyarakat dapat melahirkan perilaku konsumtif dan hasrat yang besar untuk memiliki suatu benda tanpa memperhatikan kebutuhan. Untuk menekan perilaku konsumtif diperlukan adanya sifat syukur, berdasarkan penelitian (Heni: 2013) bahwa sifat syukur menunjukkan hubungan negatif dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi syukur maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah syukur maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sifat syukur menjadi salah faktor penting dalam menurunkan perilaku konsumtif yang di masyarakat.

Islam memandang bahwa perilaku konsumsi harus didasari dengan bersyukur adakan karunia Allah. Setiap perilaku konsumsi sudah menjadi cerminan dan realisasi dari rasa syukur kepada Allah swt yaitu Allah memberikan karunia berupa kemampuan untuk mencari bahan konsumsi, dikarunia bahan konsumsi serta setelah memakan konsumsi akan mendapatkan energi berupa kekuatan fisik.

Sifat syukur menjadi bagian dari religiusitas yang dimiliki oleh seseorang, untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan diakhirat. Religiusitas berpengaruh negative (Rika : 1997) terhadap perilaku konsumtif dalam suatu rumah tangga. Sehingga seorang ibu rumah tangga memiliki sifat konsumtif terhadap perkembangan barang dan jasa dapat dikendalikan melalui peningkatan sifat religius. Seorang ibu rumah tangga perlu menanamkan nilai-nilai teladan kepada anaknya, nilai baik dan buruk, halal dan haram, serta mengajarkan perilaku membeli secara rasional kepada anak-anaknya. Hal ini bertujuan agar setiap generasi memiliki pegangan yang kuat dalam menghadapi semakin beragam dan menawannya barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen.

Dalam ekonomi Islam perilaku konsumsi memiliki tujuan untuk mencapai aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi. Ketercapaian kedua aspek ini dengan menyeimbangkan antara nilai total (*total utility*) guna dan nilai guna (*marginal utility*) marginal dalam konsumsi. memaksimumkan dari setiap barang konsumsi, akan menjadikan kehidupan dalam diri menjadi lebih dan semakin optimis (Andi : 2014).

Rahmah, N. dan M. Idris. 2018. Impulsive buying behavior...

Manfaat dalam ekonomi Islam merupakan cerminan dari kemashlahatan yang hakiki dan nilai guna maksimal yang di kemudian hari tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif (Jenita : 2017) Perilaku israf dan tabzir perlu dihindari menurut pandangan Islam dalam penggunaan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup, sebagai rambu-rambu dalam konsumsi pangan yang halal dan tayyib sebuah langkah menjaga kesehatan jasmani dan rohani (Andi : 2014). Mengonsumsi makanan yang bergizi akan memiliki fungsi baik untuk kesehatan.

Makanan dan barang yang digunakan umat Islam harus memperhatikan dari aspek kesucian, baik dan buruk, serta barang yang halal dan haram. Penentuan status halal dan haramnya suatu produk bukanlah sesuatu yang mudah. Sehingga pemerintah Indonesia membuat suatu regulasi terhadap pembuatan sertifikat halal (Ramlan : 2014) pada makanan dan barang-barang yang digunakan oleh masyarakat. Regulasi ini sebagai bentuk perlindungan konsumen khususnya yang beragama Islam. Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya muslim, menjadi *pilot project* dalam menentukan regulasi halalnya terhadap suatu produk yang di tawarkan oleh produsen atau pengusaha. Sehingga Majelis Ulama Indonesia, mewajibkan kepada setiap pengusaha untuk membuat sertifikat halal yang kepada semua produknya yang halal.

Konsumen muslim yang telah mengonsumsi berbagai barang konsumsi sekaligus mampu merasakannya sebagai nikmat karunia Allah, akan berkontribusi besar dalam mengaksesnya untuk senantiasa menunaikan ibadah dengan berlandaskan atas syukur akan nikmat karunia Allah. Ibadah yang dilakukan berulang-ulang dengan berdasarkan atas rasa syukur akan nikmat karunia Allah, secara otomatis akan membentuk pelakunya menjadi ahli ibadah dengan tingkat kualitas pengamalan ibadah yang paling tinggi nilainya di mata Allah. Allah mengisyaratkan, bahwa dalam melakukan ibadah-ibadah kepadanya, hendaknya didasarkan atas rasa syukur akan nikmat karunia-Nya.

Impulsive Buying Behaviour dalam Persektif Ekonomi Islam

Impulsive bagian dari tanda seseorang mengalami perilaku konsumtif, yang merupakan perilaku pembelian seseorang yang didasari oleh keinginan tiba-tiba (spontan) tanpa melalui pertimbangan atau perencanaan sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut (Engel : 1994). Hampir setiap orang pernah melakukan secara tiba-tiba khususnya dikalangan wanita. contoh: ketika jalan-jalan di mall, lihat gamis beserta jilbabnya dipajang, kemudian dia langsung membeli gamis tersebut tanpa perencanaan sebelumnya.

Konformitas merupakan kesesuaian dengan lingkungan atau kelompok diperlukan perubahan atau tingkah seseorang. perilaku membeli konsumen yang cenderung impulsif dipengaruhi oleh konformitas terhadap kelompoknya (Gisella : 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Septi : 2013) peningkatan terhadap kontrol diri dan syukur akan menurunkan perilaku konsumtif, dan sebaliknya penurunan kontrol diri akan menaikkan perilaku konsumtif yang berlebih-lebihan. Impulsive buying behaviour selalu memiliki persepsi negatif karena cenderung sikap boros yang mana seseorang mengeluarkan dana atau uang untuk membeli sesuatu tanpa perencanaan. Sikap seperti banyak ditemui dalam lingkungan sehari-hari khususnya di wilayah perkotaan.

Pembelian impulsive yang sering terjadi dikalangan masyarakat didorong oleh hasrat untuk memiliki barang tersebut. Sehingga konsumen perlu membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Jika hasrat keinginan yang tertanam dalam diri konsumen maka, maka nafus yang mengontrol dan kepuasan tidak memiliki batasan. Dalam ekonomi Islam, tidak semua hasrat dijadikan sebagai suatu kebutuhan, tetapi hanya hasrat yang mengandung mashlahat yang dijadikan sebagai suatu kebutuhan (Muslimin : 2012). Kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi pada pembelian suatu produk akan mendatangkan manfaat dan berkah, bukan hanya kepuasan sesaat.

Impulsive buying behaviour harus memperhatikan aspek-aspek tergolong kebutuhan primer (dharuriyat), sekunder (hajjiyat) dan tersier (tahnisiyat) dengan semangat al-maqashid asy-Syariah, sehingga seseorang akan lebih mengedepankan kebutuhan daripada keinginan untuk membatasi keinginan yang tidak terbatas (Andi : 2014). Kebutuhan dharurat (primer) berkaitan dengan agama maupun dunia menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia. Luputnya kehidupan manusia diakibatkan oleh rusaknya tatanan kehidupan manusia. Fondasi kelangsungan hidup manusia melalui mashlahah dharuriya. Bencana yang besar akan muncuk, jika terjadi kerusakan. Seseorang dilarang untuk mengkonsumsi sesuatu yang berbahasa atas agama, jika, akal, keturunan atau kehormatan dan senantiasa menjaga agama.

Al-Hajjiyyah (sekunder), adalah segala sesuatu yang oleh hukum syara tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok keperluan manusia di atas, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesempitan (*musyaqat*) atau berhati-hati (*ihtiyah*) terhadap lima hal tersebut. *Hajjiyyat* dalam kaitannya dengan konsumsi, seperti diharamkannya kikir, mubazir dan boros, karena walaupun tidak menyebabkan lenyapnya harta, tetapi maksudnya adalah menghilangkan

Rahmah, N. dan M. Idris. 2018. Impulsive buying behavior...

kesempitan dalam penegakan hal lima di atas. Minum minuman keras yang diharamkan juga berkaitan dengan perilaku konsumsi.

Al-tahsiniyah (pelengkap) adalah tindakan dan sifat yang harus dihindari oleh akal yang sehat, dipegangi oleh adat kebiasaan yang bagus dan dihayati oleh kepribadian yang kuat. Pencapaian kesempurnaan didapat dengan memperbaiki akhlaq karimah, sopan santun dan adab. Jika hal ini tidak tercapai maka itu tidak akan menyebabkan kekacauan namun orang-orang disekeliling akan menganggap tidak harmoni. Urusan tahsiniyah dalam konsumsi bisa dengan memberikan sedekah kepada orang yang sangat membutuhkan, sebagai bentuk kepedulian, bersopan santun dalam melakukan makan dan minum, konsumsi segala sesuatu yang bersih, tidak mengandung penyakit, dan lain sebagainya.

Pemberian sedekah kepada orang lain tanpa perencanaan, misalnya ketika jalan di sebuah pasar tiba-tiba melihat pengemis dan kemudian langsung memberikannya. Inilah contoh pemberian tanpa perencanaan, karena sebelumnya tidak ada perencanaan untuk memberikan uang kepada si pengemis. Pengeluaran tanpa perencanaan seperti ini dibolehkan bahkan tidak dikatakan sebagai pemborosan, tujuannya semata-mata untuk ibadah.

Menurut Yusuf al-Qardhawi (1997) bahwa zakat ialah bagian dari konsumsi dalam Islam. Pendekatan pendapatan dalam Islam yang dapat dirumuskan

$$Y = C + \text{Zakat} + S$$

Ket:

Y = Pendapatan

C = Konsumsi

S = Saving

Zakat bagian dari konsumsi, maka pelaku zakat ialah orang muslim. Sedangkan impulsive buying behaviour ialah salah satu dari tipe dari perilaku konsumtif, yang melakukan pembelian atau mengeluarkan sejumlah dana untuk suatu produk/barang secara tiba-tiba, spontan dan tanpa perencanaan. Jika dikaitkan dengan zakat, infak, dan sedekah, mengeluarkan dana zakat untuk mendapat suatu pahala yang akan dipakai di akhirat kelak. Sehingga perilaku impulsif buying tidak semuanya berdampak negatif. Hal ini diliaht dari tujuan orang mengeluarkan dana

apakah bersenang-senang untuk urusan dunia, ataukah untuk urusan ibadah seperti zakat, infak dan sedekah.

Perilaku impulsive buying behaviour diperlukan sosialisasi dan merubah pandangan masyarakat dan pelaku ekonomi konvensional bahwa cara pandang ekonomi Islam tidak selalu melihat dari konsep saja tetapi keterpaduan antara teori konsumsi dan Ekonomi Islam. Impulsive buying behaviour bukan hanya untuk suatu pembelian produk tetapi dalam perspektif ekonomi Islam ialah kegiatan yang mengeluarkan dana yang secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Pengeluaran dana untuk sedekah selalu tanpa dilakukan perencanaan, tiba-tiba saja mengeluarkan uang untuk seorang pengemis. Orang dermawan seperti ini masih sering di jumpai di lingkungan sekeliling.

KESIMPULAN

Konsumsi dalam islam ialah pemenuhan kebutuhan atau penggunaan terhadap komoditas yang baik berupa pakaian, makan dan sebagainya untuk mencapai kemashlatan bersama dunia dan akhirat. Kemashlahatan untuk akhirat dengan cara memperbanyak zakat, infak dan sedekah. Perilaku konsumsi memiliki tujuan untuk mencapai aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi. Ketercapaian kedua aspek ini dengan menyeimbangkan antara nilai total (*total utility*) guna dan nilai guna (*marginal utility*) marginal dalam konsumsi. memaksimumkan dari setiap barang konsumsi, akan menjadikan kehidupan dalam diri menjadi lebih dan semakin optimis. Impulsive buying behaviour harus memperhatikan aspek-aspek tergolong kebutuhan primer (dharuriyat), sekunder (hajjiyat) dan tersier (tahnisiyat) dengan semangat al-maqashid asy-Syariah, sehingga seseorang akan lebih mengedepankan kebutuhan daripada keinginan untuk membatasi keinginan yang tidak terbatas. Impulsive buying behaviour dalam perseptif ekonomi Islam adalah sesuatu yang positif, selama kegiatan tersebut berkaitan dengan ibadah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihya 'Ulum add-Din*. Kairo : Dar Al-Hadis, 2004
- Al-qardhawi, Yusuf. *Min Fiqh al-Dawlah al-Islamiah : Fiqh Kenegaraan*. Kaheerah: Dar al-Shuruq, 1997.
- Anggarasari, Rina Ekaningdyah. *Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Sikap Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga, Psikologika*, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 1997.
- Ardhanari, Margharetha. *Memelihara Budaya: Persepektif Masyarakat Konsumen dan Perilakunya*. Makalah orasi ilmiah dalam rangka Dies Natalis Universitas Kalotik Widya Mandala surabaya ke - 53 Tahun 2014.
- Bahri, Andi. *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Studi Islamika, Vol. 11, No.2, Desember 2014.
- Engel, Blackwell, Miniard. *Perilaku Konsumen*. Ed.VI, Jil.2, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Fatahillah, Ikhawan Aulia. *Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Hukum Ekonomi Islam, Vol. XIII, No.1, Nopember 2013.
- Heni, Septi Anugrah. *Hubungan antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta*. Jurnal EMPATHY Fakultas Psikologi, 2013
- Heni, Septi Anugrah. *Hubungan Antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta*. Empathy, Jurnal Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 2013.
- Hetharie, Jondry A. *Model Kecenderungan Pembelian Impulsif : Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon*. Jurnal Manajemen Teknologi. Vol. 11, No. 3, 2012.
- Jenita dan Rustam, *Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni, 2017.
- Kainama, Gisella Cristy. *Hubungan Antara Konformitas terhadap Kelompok Remaja GPM Silo dengan Perilaku Pembelian Impulsif*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 2016.
- Kara, Muslimin, *Pemikiran Al-Syatibi tentang Masalah dan Implementasinya dalam Pengembangan Ekonomi Islam*,
- Manilet, Aisa. *Kedudukan Masalah dan Utility dalam Konsumsi : Masalah Versus Utility*. Jurnal Tahkim, Vol. XI, No. 1, Juni 2015.
- Manilet, Aisa. *Kedudukan Masalah dan Utility dalam Konsumsi : Masalah versus utility*. Jurnal Tahkim, Vol. XI, No.1, Juni 2015.
- Mannan, Muhammad Abdul. *Economic Development and Social Peace in Islam*. Bangladesh : Bangladesh Social Pace Foundation, 1989.
- Masitoh, Tuti. *Kajian Pemikiran Umar bin Al-Khatab tentang Teori Konsumsi*. Riau: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, 2010
- Rahmawan, Indra Wahyu. Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati, *Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Toko terhadap Pembelian Impulsif*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No.2 Desember 2013.
- Ramlan dan Nahrowi. *Sertifikat Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Upaya Perlindungan bagi Konsumen Muslim*. Jurnal Ahkam, Vol. XIV, No.1, Januari 2014.