

Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Shopee dalam Ekonomi Syariah

Isni Marfuah¹, Miftah², Firman Syah Noor³

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

e-mail: isnimarfuah817@gmail.com¹, miftah@uinjambi.ac.id²,
firmanisyahnoor@uinjambi.ac.id³

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Shopee Dalam Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi). Dalam penyelesaiannya peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis data yaitu primer dan sekunder. Dalam upaya pengumpulan datanya peneliti melakukan beberapa upaya, yakni observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan dalam upaya menganalisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa perilaku konsumen shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jambi tepatnya di Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019 menunjukkan bahwa pola konsumsi yang dinilai cenderung bersikap boros dan mubazir. Adapun faktor yang mempengaruhi penyimpangan pada pola konsumsi mahasiswa ialah adanya event tertentu yang dilakukan shopee dan mahasiswa dinilai belum mampu membedakan mana yang tergolong kebutuhan primer dan mana yang tergolong kebutuhan sekunder.

Kata kunci: *Perilaku Konsumen, Shoppe, Ekonomi Syariah*

Abstract

This thesis discusses the Analysis of Consumer Behavior of Shopee Users in Sharia Economics (Study on Febi Uin Sts Jambi Students). In solving it, researchers use qualitative research methods with types of data, namely primary and secondary. In an effort to collect data, researchers make several efforts, namely observation, interviews and documentation, while in an effort to analyze data including data collection, data reduction, data presentation and conclusions. The results of this study show the results that shopee consumer behavior at the Faculty of Economics and Islamic Business, Jambi State Islamic University, precisely in the Sharia Economics Study Program class of 2019, shows that consumption patterns that are considered tend to be wasteful and wasteful. The factors that influence deviations in student consumption patterns are certain events carried out by shopee and students are considered unable to distinguish

which ones are classified as primary needs and which are classified as secondary needs.

Keywords: *Consumer Behavior, Shoppe, Sharia Economics*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era digital ini tentunya makin pesat khususnya perkembangan internet. Dengan adanya internet tentunya memiliki dampak langsung pada kehidupan sehari-hari. Internet sekarang sudah termasuk ke dalam kebutuhan penting bagi setiap individu karena setiap pekerjaan bisa diakses melalui internet.

Dengan itu perusahaan sekarang banyak memanfaatkan internet untuk bersaing dalam dunia bisnis atau biasa disebut *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu transaksi pada jual beli yang dilakukan dengan cara elektronik mulai dari pemasaran, penjualan dan pembelian dilakukan secara *online*.

Menurut David Baum definisi *e-commerce* yang sudah distandarkan dan disepakati bersama adalah, "*e-commerce is a dynamic set of technology, applications and business processes that link enterprises, consumers and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information.*" *E-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses jual beli antara dua pihak melalui akses internet.

Dengan adanya *trend e-commerce* saat ini tentunya memudahkan pelaku bisnis untuk memasarkan produknya antara pembeli dan penjual pada seluruh dunia hanya melalui komputer, selain itu juga lebih menghemat pengeluaran dalam melakukan pemasaran. Selain kemudahan yang didapat oleh pelaku bisnis, kemudahan lainnya juga dirasakan oleh para konsumen dalam berbelanja secara online yang bisa diakses melalui *smartphone* tanpa harus datang ke toko secara *offline*. Dengan banyaknya kemudahan yang didapat oleh konsumen tentu adanya pergeseran perilaku konsumen yang mana awalnya konsumen harus berbelanja langsung ke toko-toko *offline* namun sekarang sudah bisa didapati secara *online* dan akhirnya konsumen lebih banyak memutuskan pembelian pada *e-commerce*.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) ialah sector wawasan yang mengamati bagaimana teknik seseorang, kelompok serta organisasi pada menentukan, berbelanja, menggunakan dan memfungsikan kegunaan produk serta pengetahuan guna bisa memberikan rasa puas pada keperluan (Kotler, 2005). Kemudian Sheth dan Mittal (2004) menyatakan jika perilaku konsumen ialah kegiatan seseorang yang dilaksanakan pada konsumen rumah tangga serta konsumen bisnis yang memperoleh kejibakan guna membayar, berbelanja serta memakan suatu produk.

Dari beberapa teori di atas dapat dipahami jika perilaku konsumen umumnya ialah sebuah aktivitas seorang pelanggan dalam menetapkan pilihannya dalam memilih suatu produk, jasa, ide maupun gagasan dalam upaya pemenuhan hasrat dan

kebutuhannya. Teori ekonomi menjelaskan bahwa kepuasan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang disebut dengan *utility* atau nilai guna. Kalau kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya. Kepuasan dalam terminologi konvensional dimaknai dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan fisik.

Menurut pandangan ekonomi islam, kepuasan dikenal dengan *masalah* dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Pada era globalisasi ini perilaku konsumen dalam berbelanja *online* sudah menjadi kebiasaan atau bahkan trend dalam pemenuhan kebutuhannya. Berdasarkan Muflih (2006) sikap individu pelanggan perlu menggambarkan kaitan melalui Allah SWT. Iman sebagai fungsi utama menjadi ukuran individu dan mendampaki tehnik pengamatan juga memberi pengaruh kebiasaan individu pada wujud sikap, gaya hidup, serta tindakan pada individu lain.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lilis Andalasari dan Taufik Ridwan mengatakan bahwa perilaku mahasiswa akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti status sosial yang didapatkan oleh orangtuanya. Status sosial itu didapatkan dari pekerjaan orangtuanya, dan mahasiswa kerap kali terkecoh antara kebutuhan dan keinginan sehingga kerap kali membelanjakan uangnya pada hal yang tidak begitu dibutuhkan.

Menurut penelitian Choiri Faidah mengatakan bahwa mahasiswa kurang memperhatikan kehalalan dalam berkonsumsi sehingga sering kali bertentangan dengan syariat islam dan kurangnya rasa untuk menabung. Mahasiswa lebih condong dalam pemuasan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya bahkan tak dapat dipungkiri mahasiswa sering kali berutang demi pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Nani Wulandary menyatakan bahwa pola konsumsi konsumen Indonesia saat ini lebih cenderung mengikuti pola konsumsi barat. Sehingga konsumen sekarang lebih bersifat konsumtif, bermewah-mewahan sehingga hal ini menjadikan kebiasaan buruk bagi konsumen. Terhadap individu yang beriman serta inividu yang minim taraf iman serta ketaatan pada Allah SWT., bisa mempunyai perilaku konsumsi yang berbanding pada memakai sebuah produk. Individu yang mempunyai iman serta taat pada kebijakan yang sudah dijelaskan melalui al-qur'an serta hadits bisa mengamati pelanggaran tentang suatu yang diizinkan serta tak diizinkan guna dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian, " Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Shopee Menurut Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI)".

METODE

Dalam pengkajian ini, peneliti memakai pendekatan kualitatif. Pengkajian dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Secara umum data dibedakan menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer ialah data utama atau data pokok yang digunakan dalam suatu penelitian. Jenis data ini diperoleh langsung dari seluruh mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 sebagai responden pada pengkajian yang didapatkan secara tanya jawab atau kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pihak akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang meliputi berkas dan data yang berhubungan pada pengkajian. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi. Terdapat tiga tahapan dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang mana program studi ini berada dalam lingkup atau dibawah naungan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Konsumsi yang tergolong konsumtif disebabkan oleh pesatnya pertumbuhan atau perkembangan teknologi.

1. Pola Konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019

a. Boros (*israf*)

Berdasarkan wawancara pada tanggal 24 Maret 2023 Dengan saudari Kasma, ia mengatakan bahwa, "Dengan adanya shopee saya merasa lebih mudah dalam mendapatkan item atau barang yang saya inginkan, namun dengan adanya kemudahan ini saya menjadi sering berbelanja dan tidak terkontrol."

Dalam kasus yang sama juga diungkapkan oleh saudari Inka Sri Yunara yang dilakukan pada 27 Maret 2023, ia mengatakan bahwa, " Benar jika shopee menawarkan banyak kemudahan tapi dengan kemudahan itu saya menjadi lebih boros dari biasanya. Saya biasanya berbelanja hanya untuk kebutuhan primer, namun dengan adanya shopee saya lebih sering berbelanja untuk kebutuhan yang tidak terlalu saya butuhkan.

Kasus serupa juga dirasakan oleh saudari Sulis Wiranti putri, ia mengatakan, "Shopee membuat saya sering berbelanja, terlebih saya juga sedang memulai suatu usaha kecil yaitu berjualan buket bunga dan jajan. Dalam memenuhi kebutuhan pembuatan buket saya harus mendapatkan item dengan harga lebih murah. Di shopee menawarkan banyak diskon jadi saya memilih berbelanja di shopee untuk pemenuhan tersebut. Namun, saya sering kalap berbelanja, saya sering membelanjakan uang yang saya dapat dari hasil penjualan saya untuk membelanjakan barang yang saya suka. Tapi, uang saya belanjakan lebih besar dari pada uang yang saya haasilkan. Oleh karena itu saya merasa saya lebih boros saat membuka aplikasi shopee, karena banyak sekali barang yang menarik dan itu sering membuat saya *check out* saat iklan lewat.

Konsumsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman terutama disebabkan oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat dan praktis untuk digunakan. Oleh karena itu konsumsi mahasiswa UIN STS Jambi sangat tinggi khususnya mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2019. Pola perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah tergolong konsumtif dan berlebihan, hal tersebut terjadi karena kurang adanya motivasi untuk menabung, terbiasa dengan pola hidup mewah namun tidak sesuai dengan pendapatan atau uang saku yang dimiliki sehingga pola konsumsi mereka tergolong sebagai pola konsumtif.

Pola belanja atau konsumsi yang berlebih juga bisa diakibatkan oleh banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh *electronic market place* atau biasa dikenal dengan e-commerce. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan di lapangan atau tepatnya di kampus Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Tepatnya Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah mendapatkan beberapa temuan yang mana perilaku tersebut terjadi karena mereka hanya ingin memiliki barang tersebut namun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan, hal ini menjadi hal yang dilarang dalam Islam karena hal ini termasuk kegiatan konsumsi yang mubazzir. Seharusnya mahasiswa ekonomi syariah menjadi tolak ukur mahasiswa lainnya.

b. Tabzir

Dalam wawancara pada tanggal 18 Maret terhadap saudari Mardiana penulis menemukan kasus bahwa adanya indikasi *mubazir* pada penggunaan uang belanjanya. Saudari Mardiana selaku mahasiswa FEBI UIN Jambi mengatakan bahwa, " Saya suka membuka shopee disaat senggang. Karena itu bias dikatakan sebagai *refreshing* bagi saya. Selama *scrolling* shopee saya kerap kali membelanjakan apa yang tidak saya butuhkan, sehingga terkadang barang tersebut tidak saya gunakan. Selain itu ia juga mengatakan bahwa, " saya juga terlibat pinjol (pinjaman online) karena kebutuhan saya yang terlalu besar, yang mana kiriman dari orangtua terkadang tidaklah cukup untuk memenuhi kebutuhan saya."

Hal serupa juga dialami oleh saudari Suci. Suci mengatakan bahwa, " saya sering menggunakan shopee untuk membeli peralatan kosmetik, karena tergolong murah selain harga produk murah, untuk ongkir (ongkos kirim) daerah kota Jambi juga tergolong murah mulai dari Rp.0,- sampai dengan Rp.5000,- paling mahal. Hal ini seringkali membuat saya tergiur untuk membeli lebih banyak barang terutama saat ada *event* seperti 7.7,12.12 dan sebagainya. Pada saat tertentu sepeerti itu seringkali barang-barang yang harganya tiga puluhan kadang menjadi belasan ribu rupiah saja. Karena banting harga seperti itu membuat saya tanpa sadar banyak *check out* barang yang ada paada keranjang saya meskipun barang tersebut tergolong sangat tidak penting bagi saya.

2. Perubahan pola perilaku konsumsi

Seiring pesatnya perkembangan zaman tentunya banyak pula perubahan gaya hidup atau *life style* pada masyarakat. Melalui wawancara beberapa konsumen shopee dikalangan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakkultas Ekonomi dan Bisnis

Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, peneliti menemukan beberapa perubahan yang signifikan yang dilakukan oleh para konsumen.

Melalui wawancara pada saudari Kasma peneliti menemukan adanya perubahan pada perilaku konsumsinya. Saudari Kasma mengatakan, "Hidup di zaman serba online membuat saya lebih bermalas-malasan karena apapun yang kita inginkan bisa didapat dengan sentuhan jari, contohnya dalam berbelanja saya menggunakan *e-market* untuk memenuhi kebutuhan saya, hanya dengan beberapa sentuhan saya bisa mendapatkan item tertentu dan saya hanya perlu menunggu item tersebut datang ke rumah yang akan diantarkan kurir sampai ke depan pintu. Namun perubahan yang sangat signifikan yang saya rasakan ialah dalam konsumsi saya sering tidak bisa mengontrol pengeluaran dulu yang awalnya saya lebih sering berhemat dalam mengeluarkan uang sekarang saya menjadi lebih ringan atau mudah mengeluarkan uang tanpa perhitungan yang pasti. Hal ini dapat saya pastikan karena saya sering tergiur dengan harga yang realtif murah bagi saya.

Dalam wawancara bersama saudari Tiara ia menjelaskan bahwa, "perubahan yang saya rasakan semenjak banyaknya kemudahan pada era serba digital ini saya merasa dalam konsumsi saya lebih konsumtif dibanding sebelum saya mengenal shopee. Saya mengatakan hal tersebut karena disaat sebelum saya mengenal shopee saya lebih malas untuk berbelanja karena jarak antar toko ke toko kadang terbilang jauh, jika tidak ada barang yang saya butuhkan di toko a misalnya tentunya saya harus pergi ke toko lain untuk mendapatkannya, belum lagi untuk harga kadang jauh berbeda daripada harga yang ada di shopee. Dengan banyak kemudahan ini saya sangat terbantu dalam upaya pemenuhan kebutuhan saya namun dalam berbelanja saya sering *over budget* dalam pengeluaran. Hal ini sangat saya rasakan karena saya sendiri mengandalkan kiriman dari orangtua jadi terkadang sangat terasa jika diakhir bulan uang sudah sangat menipis tapi uang tersebut sering saya belanjakan kepada hal yang tidak begitu penting bagi saya.

3. Faktor penyebab terjadinya penyimpangan dalam konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pada wawancara bersama saudari suci ia mengatakan, "Saya lebih sering tergiur berbelanja saat ada event yang mana pada *event* tersebut banyak menawarkan berbagai potongan, baik itu dari harga produk maupun potongan ongkos kirim. Hal semacam ini membuat saya kalap dan berbelanja dan lupa mana yang prioritas kebutuhan atau hanya sekedar ingin memiliki saja". Banyaknya *event* yang diadakan shopee menjadi magnet bagi pemburu diskon.

Saat peneliti mengadakan wawancara dengan saudari Inka, ia menyatakan, "Dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan e-market membuat saya terkadang susah dalam membedakan mana kebutuhan yang benar-benar saya butuhkan atau mana kebutuhan yang saya hanya ingin miliki dalam upaya memenuhi kepuasan semata. Hal ini tidak lepas dari kebiasaan kebanyakan perempuan yang suka berbelanja, begitu juga dengan saya yang suka melihat barang-barang pada *market place* terutama shopee. Karena banyaknya barang yang bisa dijangkau tanpa harus ke pasar atau bahkan mengelilingi pasar untuk mendapatkan suatu item. Untuk

menentukan kualitasnya pun kita hanya cukup melihat *rating* pelanggan dan komen pelanggan pada tokonya saja. Jika banyak yang memberikan ulasan bagus yaudah saya langsung beli saja.

Hal lain juga diutarakan oleh informan yang bernama Elsa, ia menyatakan, "saya sering berbelanja jika saya memiliki lebih banyak uang, seperti saat saya baru terima gaji. Terkadang setelah terima gaji saya membelanjakan uang gaji tersebut dan sering lupa membedakan antara kebutuhan pokok dan non pokok.

Dari beberapa wawancara peneliti dengan beberapa informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi atau yang menyebabkan terjadinya penyimpangan pada konsumsi mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019, yaitu :

- a. Adanya event tertentu yang ditawarkan oleh pihak shopee.
- b. Tidak bisa membedakan kebutuhan primer atau sekunder.
- c. Banyaknya potongan harga saat event-event tertentu.
- d. Banyaknya potongan ongkos kirim .
- e. Banyaknya kemudahan yang disuguhkan oleh pihak shopee.
- f. Memiliki uang saku lebih.

4. Dampak terjadinya penyimpangan perilaku konsumen terhadap gaya hidup islami.

Pada wawancara bersama Rifani selaku informan, peneliti menemukan ada beberapa dampak yang timbul dari perilaku konsumtif, hal ini bertentangan dengan gaya hidup yang diajarkan oleh islam. Ia menyatakan bahwa, "dampak yang saya rasakan saat saya berbelanja banyak barang atau item saya menjadi lebih percaya diri karena saya memiliki suatu item yang mungkin tidak dimiliki oleh teman yang lainnya. Peneliti menilai hal ini sangat dilarang dalam islam karena sudah masuk kategori tinggi hati atau sombong. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.Luqman:18, yang artinya, "Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusi (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri." (QS.Luqman;18).

SIMPULAN

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa perilaku konsumen shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jambi tepatnya di Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019 menunjukkan bahwa pola konsumsi yang dinilai cenderung bersikap boros dan mubazir. Adapun faktor yang mempengaruhi penyimpangan pada pola konsumsi mahasiswa ialah adanya event tertentu yang dilakukan shopee dan mahasiswa dinilai belum mampu membedakan mana yang tergolong kebutuhan primer dan mana yang tergolong kebutuhan sekunder.

DAFTAR PUSTAKA

- Adliyani, Zaraz Obella Nur. "Pengaruh Perilaku Individu Terhadap Hidup Sehat" (N.D.): 6.
- Andalasari, Lilis, And Taufik Ridwan. "Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon." *Glosains: Jurnal Sains Global Indonesia* 1, No. 1 (January 10, 2020): 17–29. Accessed December 1, 2022. <https://Glosains.Greenpublisher.Id/Index.Php/Glosains/Article/View/17>.
- Azizah, Lutviana. "Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Ekonomi Pertahanan Electronic Commerce (E-Commerce) On A Perspective Of Defense Economic" (N.D.): 22.
- Prakoso, Gilang Dwi, And Mohammad Zainal Fatah. "Analisis Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku, Dan Norma Subjektif Terhadap Perilaku Safety." *Jurnal PROMKES* 5, No. 2 (February 26, 2018): 193. Accessed December 1, 2022. <https://E-Journal.Unair.Ac.Id/promkes/Article/View/7740>.
- Qamaruddin, Muhammad. "Perilaku Konsumsi Mahasiswa-Santri Pondok Pesantren Mahasiswa UII Dan Pondok Pesantren Mahasiswa Pandanaran Komplek IV Yogyakarta" 5 (2020): 9.
- RAZAK (Last). *Perilaku Konsumen*. 1. Kampus I: Jalan Alauddin No. 63 Makassar Kampus II: Jalan Sultan Alauddin No. 36 Samata - Gowa: Alauddin University Press, 2016.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. 4. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2018.
- Rudi Irwansyah, Dkk. *Perilaku Konsumen*. 1 4. Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Sayuti Una. *Metode Penulisan Skripsi*. Jambi: Fakultas Syariah IAIN STS Jambi, 2012.
- Septiana, Aldila. "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam" (N.D.): 18.
- Suharyono, Suharyono. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4, No. 2 (September 24, 2018). Accessed December 1, 2022. <https://Ejournal.lainbengkulu.Ac.Id/Index.Php/Al-Intaj/Article/View/1216>.
- Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Wulandary, Nani. "Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (lain) Mataram" (N.D.): 101.
- Yusnita M. *Pola Perilaku Produsen Dan Konsumen'*. 1st Ed. 3. Jawa Tengah: Alprin, 2020.