



## **SUBYEKTIF DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT SYARIAH**

**Devi Andriani<sup>1</sup>, Khusniati Rofiah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

e-mail: [deviandriani232@gmail.com](mailto:deviandriani232@gmail.com)

### **INFO ARTIKEL**

Sejarah Artikel:

Diterima, 02 Juni 2024

Direvisi, 15 Agustus 2024

Disetujui, 01 Desember 2024

### **KEYWORDS**

*Subjective*

*Self Control*

*Consumptive*

*Sharia Credit Card*

### **ABSTRACT**

*The research aims to determine the subjective impact and self-control on the consumptive behavior of users of Islamic credit cards. The research method employed is qualitative with a descriptive-comparative approach. Data were collected from academic literature, books, and reports from official institutions through Systematic Literature Review. The research findings indicate that subjectivity and self-control can influence the use of Islamic credit cards. Sharia cards in Indonesia refer to Fatwa DSN No. 54 using kafalah, qard, and ijarah contracts. The current number of users of Islamic credit cards is still very limited due to doubts about the use of contracts, thus alternative contracts such as musyarakah and murabahah are needed for the use of Islamic credit cards.*



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).*

### **KATA KUNCI**

Subyektif

Self Control

Konsumtif

Kartu Kredit Syariah

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dampak subyektif dan self control terhadap perilaku konsumtif nasabah pengguna kartu kredit syariah. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif. Data dikumpulkan dari referensi literatur ilmiah, buku dan laporan dari lembaga resmi melalui Systematic Literature Review. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subyektif dan self control dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit syariah. Syariah card di Indonesia mengacu pada Fatwa DSN No.54 menggunakan akad kafalah, qard dan ijarah. Pengguna kartu kredit syariah saat ini masih sangat sedikit karena masih ada keraguan dalam penggunaan akad sehingga perlu alternatif lain dalam penggunaan akad pada kartu kredit syariah seperti akad musyarakah dan murabahah.

### **CORRESPONDING AUTHOR**

Devi Andriani

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Ponorogo

[deviandriani232@gmail.com](mailto:deviandriani232@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Kartu kredit adalah alat pembayaran dianggap sebagai alat pembayaran menuju secara non tunai yang dapat digunakan untuk dunia modern dan dikenal sebagai “uang plastik” (Putit & Johan, 2015; Ahmed, 2020).<sup>1</sup> Selain fasilitas pembelian kredit, juga memberikan fasilitas kredit tunai kepada pelanggannya, yang merupakan fitur tambahan dari instrumen kartu ini. Hal ini

<sup>1</sup> Shabri, H., & Nafis, M. C. (2022). AKAD KARTU KREDIT SYARIAH: ANALISIS PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM. *El-Hekam*, 7(2), 183-190.

menguntungkan nasabah dengan memberikan fasilitas kredit, sedangkan keuntungan bagi bank adalah untuk mengambil bunga atas dana yang digunakan nasabah. Karena unsur bunga, sebagian besar nasabah muslim ragu untuk menggunakan kartu kredit konvensional. Sejak dua dekade terakhir, upaya telah dimulai untuk menawarkan kartu kredit yang menghilangkan unsur bunga (riba) dan membuatnya sesuai dengan syariah.

Pada prinsipnya, kartu kredit hanya merupakan pilihan bagi manusia untuk menilai sebuah tawaran dari gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya. Namun demikian, kartu kredit dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien dan dapat pula menjurus ke arah konsumtif, sehingga mendorong orang untuk memiliki lebih dari satu kartu kredit dari bank penerbit yang berbeda. Kecenderungan pola hidup yang semakin konsumtif dan dibungkus oleh rasa bangga (psikologis) apabila memiliki kartu kredit menjadi alasan bagi bank penerbit untuk juga ikut berlomba-lomba memperbesar pangsa pasar bisnis kartu kredit (Hadi et al., 2017).<sup>2</sup> Namun saat ini pertumbuhan dan perkembangan kartu kredit dalam tiga tahun terakhir trennya menurun. Berdasarkan data dari Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) jumlah kartu kredit yang beredar di tengah masyarakat per Februari 2023 mencapai 17.693.269 kartu kredit. Jumlah ini meningkat dibandingkan dengan tahun 2022 berjumlah 17.198.882 juta kartu kredit. Sebelumnya tahun 2021 sudah mencapai 16.513.623 kartu kredit.<sup>3</sup>

Perilaku konsumtif yang berlebihan dapat menjadi masalah serius dalam keuangan pribadi seseorang.<sup>4</sup> Salah satu alat keuangan yang sering digunakan dalam konsumsi adalah kartu kredit. Penggunaan kartu kredit semakin meningkat, termasuk di kalangan nasabah Muslim. Namun, penggunaan kartu kredit yang tidak bijaksana dapat menyebabkan terjerumusnya nasabah Muslim ke dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam konteks ini, terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit, yaitu dampak subyektif dan self-control.<sup>5</sup> Dampak subyektif merujuk pada persepsi subyektif individu terhadap penggunaan kartu kredit, seperti pandangan mereka tentang manfaat dan risiko penggunaan kartu kredit. Sementara itu, self-control mencerminkan kemampuan individu untuk mengendalikan diri dalam mengambil keputusan konsumsi. Pentingnya memahami dampak subyektif dan self-control terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumsi mereka<sup>6</sup>. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, lembaga keuangan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk membantu nasabah Muslim mengelola penggunaan kartu kredit secara bijaksana dan mencegah terjadinya perilaku konsumtif yang berlebihan. Penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa persepsi subyektif terhadap kartu kredit dan tingkat self-control dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun, jarang ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor ini pada nasabah Muslim pengguna kartu kredit syariah. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif nasabah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif tentang produk syariah card pada bank syariah di Indonesia. Metode penelitian kualitatif yang

---

<sup>2</sup> Shabri, H., & Amalia, E. (2023). ANALISIS KOMPARATIF SYARIAH CARD PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA. *TAMWIL: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 59-65.

<sup>3</sup> <https://www.akki.or.id/index.php/credit-card-growth>

<sup>4</sup> Asisi, I. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107-118.

<sup>5</sup> MITASARI, N., & Nurohman, Y. A. (2020). *PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA* (Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA).

<sup>6</sup> Hafiz, H. (2023). *PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAY LATER DEGAN MODERASI FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR, RIBA DAN PERTIMBANGAN SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

digunakan adalah penelitian studi kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah jenis penelitian yang mengumpulkan informasi dari catatan, laporan, buku, dan sumber ilmiah terkait lainnya. Penelitian perpustakaan mencakup pengumpulan informasi dan data dari buku, referensi literatur ilmiah, dan referensi ilmiah lainnya seperti prosiding dan laporan dari lembaga atau organisasi resmi. Penelitian perpustakaan ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review.

## **DISKUSI DAN PEMBAHASAN**

### **Produk Kartu Kredit Berbasis Syariah di Indonesia**

Perkembangan kartu kredit berbasis syariah di Indonesia dimulai semenjak terbitnya Fatwa DSN No.:54/DSNMUI/X/2006 tentang Syariah Card “Kartu Syariah”. Ketentuan yang dimuat dalam fatwa ini bahwa Syariah Card dibolehkan. Akad yang dapat digunakan dalam Syariah Card adalah kafalah (jaminan), qardh (pinjaman), dan Ijarah. Pelopor pengembangan kartu kredit berbasis syariah di Indonesia adalah Syariah Divisi Bank Danamon (PT Bank Danamon Tbk). Pada tanggal 18 Juli 2007, Bank Danamon meluncurkan kartu kredit syariah pertama di Indonesia yang diberi nama “Dirham Card”, produk kerjasama antara Bank Danamon dan MasterCard. Namun saat ini Dirham Card sudah tidak diterbitkan lagi oleh Bank Danamon. Syariah Card yang ada sekarang adalah BSI Hasanah Card yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah yang sebelumnya BNI Hasanah Card. Kemudian kartu kredit berbasis syariah lainnya diterbitkan oleh CIMB Niaga Syariah.

BSI Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan dengan prinsip syariah yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia dan digunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi serta berfungsi seperti kartu kredit. Ada tiga jenis kartu yang ditawarkan BSI Hasanah Card Classic, BSI Hasanah Card Gold dan BSI Hasanah Card Platinum, masing-masing dibedakan oleh jumlah limit yang diberikan pada Syariah Cardnya. Akad yang digunakan sesuai dengan Fatwa DSN No.54 yakni akad *kafalah*, *Qardh* dan *Ijarah*. *Kafalah* berarti Penerbit Kartu adalah penjamin (kafil) bagi pemegang kartu terhadap merchant atas semua kewajiban bayar (*dayn*) yang timbul dari transaksi antara pemegang kartu dengan merchant, dan atau penarikan tunai selain Bank atau ATM bank Penerbit Kartu. Akad *Qardh* digunakan karena Penerbit Kartu adalah pemberi pinjaman (*muqridh*) kepada pemegang kartu (*muqtaridh*) melalui penarikan tunai dari bank atau ATM bank Penerbit Kartu. Sedangkan *Ijarah* digunakan karena Penerbit Kartu adalah penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang kartu. Atas akad *ijarah* ini, penerbit kartu dapat menerima fee (*ujrah*) (Web BSI, 2022).

Bank Syariah Indonesia bertindak sebagai penjamin (*kaafil*) bagi pemegang kartu. Hal ini akan menjamin semua pembayaran yang berasal dari semua transaksi yang mungkin berasal dari transaksi jual beli antara merchant dan pemegang kartu. Kemudian, bank akan menjamin bahwa nasabah dapat membayar harganya. Jika waktu pembayaran jatuh tempo, nasabah akan membayar harga ke bank. Sedangkan untuk penarikan tunai dari ATM Bank Syariah Indonesia bertindak sebagai *muqridh* (pemberi pinjaman) atau tarik tunai di bank lain yang memiliki kemitraan strategis dengan Bank Syariah Indonesia.

Bank yang menawarkan jaminan pembayaran berhak memungut biaya (*ujrah kafalah*). DSN MUI menyatakan bahwa, “penerbit kartu sebagai penyedia layanan pembayaran pemegang kartu. Untuk *ijarah* ini, pemegang kartu akan dikenakan biaya keanggotaan”. Selain itu, kontrak pinjaman (*qardh*) akan dieksekusi ketika pemegang kartu menarik sejumlah uang tunai. Dengan akad *qardh*, BSI menjadi pemberi pinjaman (*muqaridh*) kepada pemegang kartu (*muqtaridh*) melalui penarikan tunai dari ATM BSI atau link-nya. Pemegang kartu harus mengembalikan jumlah yang sama yang ia tarik pada waktunya.

Apabila pemegang kartu terlambat membayar, maka akan dikenakan dua jenis denda, yaitu *ta'widh* dan denda proporsional. *Ta'widh* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank pada saat menuntut nasabah, seperti biaya untuk mengirim surat kepada pemegang kartu atau menelepon kepada pemegang kartu untuk mengingatkannya untuk melakukan pembayaran kembali. Denda ini berjumlah Rp 57.000 untuk 1 s/d 149 hari dan Rp 150.000 untuk 150 hari dan setelahnya. Denda ini

tidak diakui sebagai pendapatan bank tetapi akan diperlakukan sebagai sumber dana qardhul hasan yang nantinya akan disumbangkan ke lembaga sosial fund yang bekerja dengan BSI.

### **Konsep Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian dan konsumsi dengan intensitas dan frekuensi yang berlebihan, terlepas dari kebutuhan dan ketersediaan sumber daya finansial yang ada. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, sosial, dan individu. Perilaku konsumtif perlu dilihat dari pemahaman perilaku konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pengeluaran dana yang berlebihan. Pengertian konsumtif, menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), yaitu batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan (Barry, 1994).

#### **1. Tanda-Tanda Seseorang Mengalami Perilaku Konsumtif**

- a. *Impulsive*, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan di tempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli
- b. *Non-Rational* yaitu perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu.
- c. *Wasteful* yaitu menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas (Engel J F, Blackwell R D, 1994).

#### **2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

- a. Iklan  
Menurut Franz Magnis (1987), munculnya iklan baik di media cetak maupun elektronik ikut andil dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.
- b. Konformitas  
Menurut William (1985), konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini, diperkuat oleh Robertson, Zielinski dan Ward (1987), bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan dalam perilaku konsumen (Hotpascaman, 2010).
- c. Gaya Hidup  
Gaya hidup diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan suatu barang.

### **Dampak Subyektif**

Dampak subyektif adalah persepsi individu terhadap penggunaan kartu kredit yang bersifat subyektif dan dapat berbeda antarindividu. Faktor-faktor yang mempengaruhi dampak subyektif meliputi persepsi tentang manfaat kartu kredit dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, risiko finansial yang terkait, persepsi terhadap status sosial, dan pengaruh budaya atau agama. Norma subyektif (*subjective norms*) dibentuk berdasarkan: (Ajzen, Icek dan Driver, 1991).

- a. *Normative Belief* (keyakinan normatif), yaitu keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir subjek seharusnya melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan.
- b. *Motivation to Comply* (motivasi mematuhi), yaitu motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

#### **Self-Control**

Self-control menunjukkan kemampuan individu untuk mengendalikan diri dalam mengambil keputusan dan menghindari perilaku impulsif. Dalam konteks penggunaan kartu kredit, self-control memainkan peran penting dalam mengatur pola pengeluaran, menghindari hutang yang tidak terkendali, dan menjaga keseimbangan keuangan pribadi.

#### **Aspek-aspek Self Control**

##### **a. Behavioral Control (Kontrol Perilaku)**

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri pada suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dirinci menjadi dua komponen yakni kemampuan mengatur pelaksanaan dan kemampuan memodifikasi perilaku. Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi atau keadaan, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi perilaku merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapi oleh individu.

##### **b. Cognitive Control (Kontrol Kognitif)**

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yakni memperoleh informasi dan melakukan penilaian. Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subyektif.

##### **c. Decisional Control (Kontrol Keputusan)**

Kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri akan sangat berfungsi dalam menentukan pilihan, baik dengan adanya suatu kesempatan maupun kebebasan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan (Averill, 1973)

#### **Hubungan Antara Dampak Subyektif dan Self-Control dengan Perilaku Konsumtif**

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa dampak subyektif dan self-control berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Dampak subyektif yang positif terkait dengan persepsi manfaat penggunaan kartu kredit yang lebih besar dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Di sisi lain, self-control yang kuat dapat membantu individu dalam mengendalikan keputusan pembelian impulsif dan mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

#### **KESIMPULAN**

Subyektif dan self-control memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif nasabah Muslim pengguna kartu kredit syariah. Persepsi subyektif individu terhadap penggunaan kartu kredit dan tingkat self-control dapat mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. Penggunaan kartu kredit syariah masih terbatas dan masih ada keraguan dalam penggunaan akad (perjanjian) yang digunakan. Akad yang saat ini digunakan di Indonesia mengacu pada Fatwa DSN No.54, yaitu akad kafalah, qardh, dan ijarah. Namun, diperlukan alternatif lain dalam penggunaan akad pada kartu

kegiatan syariaah, seperti akad musyarakah dan murabahah. Pertumbuhan dan perkembangan kartu kredit syariaah dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh perilaku konsumtif yang berlebihan, keraguan terhadap akad yang digunakan, dan kebutuhan akan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif nasabah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi subyektif terhadap kartu kredit dan tingkat self-control dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun, jarang ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor ini pada nasabah Muslim pengguna kartu kredit syariaah. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif nasabah.

## REFERENSI

- A'yun, S. Q. (2023). *HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Asisi, I. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107-118.
- Hafiz, H. (2023). *PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAY LATER DEGAN MODERASI FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR, RIBA DAN PERTIMBANGAN SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).  
<https://www.akki.or.id/index.php/credit-card-growth>
- Islami, C. M., Umari, T., & Donal, D. (2023). Perbedaan Tingkat Kontrol Diri (Self Control) Siswa Laki-Laki dan Perempuan dari Urutan Kelahiran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28894-28898.
- MITASARI, N., & Nurohman, Y. A. (2020). *PENGARUH NORMA SUBYEKTIF DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF NASABAH MUSLIM PENGGUNA KARTU KREDIT EKS KERESIDENAN SURAKARTA* (Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA).
- Rahmah, Z. R. S. (2023). *Perilaku Konsumtif, Masyarakat Muslim Aceh, Produk Impor, Hukum Islam* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Sari, E. Y. N., & Anam, A. K. (2021). Sikap Keuangan, Kontrol Perilaku, Efikasi Diri dan Perilaku Keuangan. *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 28-39.
- Septantiningtyas, N., & Subaida, S. (2023). Gaya Kognitif Field Independent Sebagai Ikhtiyar Kontrol Fokus Siswa dalam Pembelajaran. *Attadrib: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 6(1), 48-56.
- Shabri, H., & Amalia, E. (2023). ANALISIS KOMPARATIF SYARIAH CARD PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA. *TAMWIL: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 59-65.
- Shabri, H., & Nafis, M. C. (2022). AKAD KARTU KREDIT SYARIAH: ANALISIS PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM. *El-Hekam*, 7(2), 183-190.
- Simanihuruk, P., Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., ... & Rachman, S. H. (2023). *MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN: Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831.

- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati* , 9 (4), 271-279.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem.