Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak
Volume 3, Nomor 3, September 2026
e-ISSN: 3046-9422; p-ISSN: 3046-8752, Hal. 239-253
DOI: https://doi.org/10.61132/jieap.v3i3.2582
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP

Analisis Perilaku Konsumtif dalam Fenomena Penggunaan Paylater pada Mahasiswa Muslim Perspektif Ekonomi Syariah

Septina Anjelina[1*], Povi Tricahya Astuti[2], Endang Pratiwi[3], Sindi Agustiani[4]
[1,2,3,4]Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UINFAS Bengkulu
Email: Septinaanjelina99@gmail.com[1], povitricahyaastuti@gmail.com[2], endangpratiwi1610@gmail.com[3], sinsindiagustiani@gmail.com[4]
**Penulis Korespondensi:* septinaanjelina99@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the consumptive behavior of Muslim students regarding the use of "PayLater" services and to examine its alignment with Sharia economic principles. A qualitative, descriptive approach was employed to gain an in-depth understanding of the students' experiences and usage patterns. Data were collected through interviews with Muslim students who use PayLater and analyzed descriptively involving data reduction, data presentation, and conclusion drawing while focusing on themes emerging from the interviews. The findings indicate that students use PayLater primarily due to transaction convenience, payment flexibility, limited funds at the time of purchase, and the availability of promotions and discounts on digital platforms. Under certain conditions, PayLater usage was found to foster consumptive behaviors such as impulsive buying, desire-driven purchases, trend-following, increased transaction frequency, and a tendency to purchase non-essential items particularly when students prioritize installment amounts over total payment obligations. From a Sharia economic perspective, PayLater usage is acceptable in principle provided that transactions are transparent, contracts and fees are clearly understood, Sharia provisions are met, no harm (darar) is caused, and usage is proportionate to actual needs; conversely, excessive use driven solely by desire potentially conflicts with principles of consumption balance and prohibitions against extravagance (israf) and wasteful spending (tabzir).*

Keywords*: Consumerist Behavior; Islamic Consumption; Muslim Students; PayLater; Sharia Economics.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Muslim dalam fenomena penggunaan PayLater serta mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan pola penggunaan PayLater pada mahasiswa Muslim. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa pengguna PayLater dan dianalisis secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan memperhatikan tema-tema yang muncul dari hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan PayLater terutama karena kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, keterbatasan dana pada saat pembelian, serta adanya promosi dan potongan harga yang tersedia pada platform digital. Penggunaan PayLater dalam kondisi tertentu ditemukan dapat mendorong perilaku konsumtif berupa pembelian impulsif, pembelian berdasarkan keinginan, ketertarikan terhadap tren, peningkatan frekuensi transaksi, dan kecenderungan membeli barang yang tidak menjadi kebutuhan utama, terutama ketika mahasiswa lebih mempertimbangkan nominal cicilan daripada keseluruhan kewajiban pembayaran. Dalam perspektif ekonomi syariah, penggunaan PayLater dapat diterima secara prinsip apabila transaksi dilakukan secara transparan, akad dan biaya dipahami, sesuai ketentuan syariah, tidak menimbulkan kemudaratan, serta digunakan secara proporsional untuk memenuhi kebutuhan; sebaliknya, penggunaan yang berlebihan dan didorong oleh keinginan semata berpotensi bertentangan dengan prinsip keseimbangan konsumsi serta larangan israf dan tabzir.

Kata kunci: Ekonomi Syariah; Konsumsi Islam; Mahasiswa Muslim; PayLater; Perilaku Konsumtif.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Kemudahan akses internet, perdagangan elektronik, dan layanan keuangan digital membuat proses pembelian barang dan jasa dapat dilakukan secara cepat tanpa harus datang langsung ke toko atau menggunakan uang tunai (Triyana et al., 2024) Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia pada 2024 telah mencapai 221,56

Naskah Masuk: 19 Juli 2026; Revisi: 20 Agustus 2026; Diterima: 21 September 2026; Terbit: 28 September 2026

juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat semakin terintegrasi dengan ekosistem digital, terutama pada kelompok usia muda yang relatif akrab dengan penggunaan teknologi dan berbagai platform perdagangan daring (Putri et al., 2025)

Salah satu perkembangan yang menonjol dalam ekosistem keuangan digital adalah penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) atau PayLater. Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, baik secara sekaligus maupun melalui cicilan. Pertumbuhan layanan tersebut terlihat dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mencatat bahwa baki debet kredit BNPL perbankan pada November 2024 mencapai Rp21,77 triliun dengan pertumbuhan 42,68% secara tahunan dan jumlah rekening mencapai 24,51 juta. Pada Februari 2025, baki debet BNPL perbankan kembali tercatat Rp21,98 triliun dengan pertumbuhan 36,60% secara tahunan dan jumlah rekening sebanyak 23,66 juta (Cintya & Nisa, 2024)

Pertumbuhan tersebut berlanjut pada 2025–2026 dan sekaligus memperlihatkan adanya persoalan yang perlu mendapat perhatian. OJK mencatat pembiayaan BNPL oleh perusahaan pembiayaan pada April 2026 mencapai Rp12,93 triliun atau tumbuh 56,92% secara tahunan, sementara tingkat *non-performing financing* (NPF) *gross* berada pada 2,99% (Fadhilah & Nurmala, 2024). Pertumbuhan yang tinggi menunjukkan semakin luasnya penggunaan pembiayaan berbasis pembayaran tertunda, sedangkan keberadaan pembiayaan bermasalah menunjukkan bahwa penggunaan layanan tersebut tetap memiliki risiko apabila tidak disertai kemampuan mengelola kewajiban secara baik. OJK bahkan menempatkan potensi *debt trap* sebagai salah satu alasan penting dalam penguatan regulasi BNPL, khususnya bagi pengguna yang memiliki tingkat literasi keuangan yang belum memadai (Mutthaqin et al., 2023).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang menarik untuk dikaji dalam fenomena tersebut karena berada pada fase kehidupan yang ditandai dengan meningkatnya kemandirian dalam mengambil keputusan keuangan, tetapi belum selalu memiliki pendapatan dan kemampuan pengelolaan keuangan yang stabil. Kemudahan memperoleh fasilitas PayLater dapat membuat harga barang terlihat lebih terjangkau karena beban pembayaran dipecah menjadi beberapa periode (Octa et al., 2026). Kondisi tersebut berpotensi menggeser pertimbangan mahasiswa dari kemampuan finansial aktual menuju kemampuan membayar cicilan dalam jangka pendek. Permasalahan yang muncul bukan hanya penggunaan PayLater itu sendiri, melainkan bagaimana fasilitas tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian, frekuensi konsumsi, pembelian barang berdasarkan tren, penggunaan promo, serta kecenderungan membeli barang yang tidak menjadi kebutuhan utama.

Fenomena tersebut memiliki dimensi yang lebih kompleks ketika objek kajian diarahkan kepada mahasiswa Muslim. Dalam ekonomi syariah, aktivitas konsumsi tidak semata-mata dinilai berdasarkan kemampuan seseorang membeli barang atau jasa, tetapi juga berkaitan dengan prinsip *halal*, *thayyib*, keseimbangan, kemaslahatan, serta larangan *israf* dan *tabzir*. Konsumsi ideal dalam Islam diarahkan untuk memenuhi kebutuhan secara proporsional dan tidak berlebihan, sehingga kemampuan teknologi dalam menyediakan akses pembiayaan tidak secara otomatis menunjukkan bahwa suatu perilaku konsumsi sesuai dengan prinsip syariah (Anggraini et al., 2025). Penggunaan PayLater juga perlu dilihat secara kritis berdasarkan akad, biaya, denda, mekanisme transaksi, serta konsekuensi kewajiban pembayaran yang melekat di dalamnya. Regulasi OJK terbaru melalui POJK Nomor 32 Tahun 2025 bahkan mengatur penyelenggaraan BNPL baik secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah, yang menunjukkan bahwa perkembangan layanan ini telah memasuki wilayah yang relevan dengan kebutuhan pembiayaan masyarakat Muslim (Ferliansyah & Efrina, 2025).

Kajian ini penting karena kemudahan pembayaran dapat menciptakan paradoks: teknologi memberikan akses transaksi yang semakin mudah, tetapi pada saat yang sama dapat mendorong konsumsi yang lebih impulsif dan meningkatkan kewajiban finansial. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian berjudul "Analisis Perilaku Konsumtif dalam Fenomena Penggunaan PayLater pada Mahasiswa Muslim Perspektif Ekonomi Syariah" diarahkan untuk menganalisis secara mendalam perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan PayLater serta menilai fenomena tersebut berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

2. KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam melakukan pembelian secara berlebihan dengan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku tersebut tidak selalu berkaitan dengan tingginya jumlah pengeluaran, tetapi juga dapat terlihat dari keputusan membeli barang karena dorongan emosional, mengikuti tren, memperoleh kepuasan sesaat, atau tertarik pada promosi tertentu. Pada mahasiswa, perilaku konsumtif dapat berkembang seiring dengan meningkatnya interaksi dengan media sosial, perdagangan elektronik, dan lingkungan pergaulan yang membentuk preferensi terhadap produk, merek, maupun gaya hidup tertentu. Kondisi tersebut membuat keputusan konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada fungsi barang, tetapi juga pada nilai simbolik dan pengalaman yang melekat pada produk (Hadi et al., 2024).

Karakteristik perilaku konsumtif dapat dilihat melalui pembelian yang impulsif, kecenderungan mengikuti tren, membeli barang meskipun belum menjadi kebutuhan utama, serta meningkatnya frekuensi konsumsi karena adanya stimulus eksternal seperti diskon, promosi, dan kemudahan pembayaran. Faktor internal seperti motivasi, gaya hidup, kontrol diri, dan kondisi psikologis dapat memengaruhi munculnya perilaku tersebut, sementara faktor eksternal mencakup lingkungan sosial, teman sebaya, media sosial, perkembangan teknologi, dan strategi pemasaran. Mahasiswa menjadi kelompok yang cukup rentan karena berada pada tahap perkembangan menuju kemandirian finansial, tetapi sebagian masih memiliki sumber pendapatan yang terbatas atau bergantung pada dukungan orang tua (Aprilianti et al., 2026).

Dalam penelitian mengenai penggunaan PayLater, perilaku konsumtif dapat diamati melalui beberapa indikator, seperti kecenderungan membeli berdasarkan keinginan, pembelian secara spontan atau impulsif, ketertarikan terhadap tren dan gaya hidup, pembelian barang di luar kebutuhan utama, serta kecenderungan melakukan konsumsi secara berlebihan. Kemudahan memperoleh barang tanpa pembayaran langsung dapat menurunkan hambatan psikologis ketika seseorang mengambil keputusan pembelian, karena perhatian konsumen lebih terarah pada kemampuan membayar cicilan daripada harga keseluruhan barang (Miptahudin & Nurrahman, 2025). Bagi mahasiswa Muslim, kondisi tersebut menjadi lebih kompleks karena perilaku konsumsi idealnya tidak hanya mempertimbangkan kemampuan ekonomi, tetapi juga prinsip keseimbangan, kemaslahatan, dan pengendalian diri dalam memenuhi kebutuhan.

Fenomena Penggunaan PayLater dalam Transaksi Digital

Buy Now Pay Later (BNPL) atau *PayLater* merupakan fasilitas pembiayaan yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditentukan, baik secara sekaligus maupun melalui mekanisme cicilan. Kehadiran layanan ini menjadi bagian dari perkembangan *financial technology* yang mengintegrasikan sistem pembayaran dengan platform perdagangan digital. Mekanisme penggunaannya relatif sederhana, yaitu konsumen memilih fasilitas PayLater ketika melakukan transaksi, menentukan pilihan tenor pembayaran, kemudian menyelesaikan kewajiban sesuai jadwal yang ditetapkan penyedia layanan. Kemudahan proses tersebut membuat PayLater semakin menarik bagi konsumen yang menginginkan fleksibilitas pembayaran tanpa harus menyediakan seluruh dana pada saat transaksi dilakukan.

Penggunaan PayLater dapat didorong oleh berbagai alasan, seperti kemudahan akses, proses pengajuan yang cepat, adanya promosi, fleksibilitas pembayaran, serta kemampuan memperoleh barang ketika dana tunai belum tersedia. Bagi mahasiswa yang terbiasa

menggunakan *e-commerce*, dompet digital, dan aplikasi keuangan, integrasi PayLater ke dalam platform transaksi membuat fasilitas pembiayaan tersebut semakin mudah dijangkau. Persoalannya muncul ketika kemudahan pembayaran mendorong seseorang melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan atau membeli barang yang sebenarnya belum menjadi kebutuhan. Sistem pembayaran yang menunda pengeluaran aktual juga berpotensi membuat konsumen kurang memperhatikan akumulasi kewajiban karena harga barang dipersepsikan melalui nominal cicilan yang relatif kecil.

Kemudahan tersebut juga memiliki risiko apabila tidak disertai kemampuan mengendalikan konsumsi dan mengelola keuangan secara baik. Penggunaan PayLater secara berulang dapat meningkatkan jumlah kewajiban pembayaran, terutama ketika seseorang menggunakan beberapa transaksi secara bersamaan dan memiliki pendapatan yang terbatas. Keterlambatan pembayaran dapat menimbulkan biaya tambahan serta membebani kondisi keuangan pengguna, sedangkan penggunaan yang tidak terkendali dapat berkembang menjadi pola utang yang sulit dikelola atau *debt trap*. Pada mahasiswa, persoalan tersebut menjadi penting karena fasilitas PayLater dapat mempertemukan dua kondisi sekaligus, yaitu tingginya akses terhadap teknologi finansial dan terbatasnya kemampuan finansial.

Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi syariah, konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang tidak hanya bertujuan memperoleh kepuasan material, tetapi juga diarahkan untuk mencapai kemaslahatan dan keberkahan. Islam memberikan batasan bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi harus memenuhi prinsip *halal* dan *thayyib*, baik dari aspek zat maupun cara memperolehnya. Konsumsi juga diarahkan pada prinsip keseimbangan (*wasathiyah*), yaitu memenuhi kebutuhan secara proporsional tanpa berlebihan. Al-Qur'an melarang perilaku berlebih-lebihan dalam konsumsi sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31, sehingga seorang Muslim dituntut mampu membedakan antara kebutuhan (*hajah*) dan keinginan (*raghbah*) ketika mengambil keputusan konsumsi (Wigati, 2021).

Prinsip tersebut menjadi penting dalam melihat perilaku konsumsi mahasiswa Muslim yang menggunakan PayLater. Penggunaan fasilitas pembayaran tertunda pada dasarnya tidak dapat langsung dikategorikan sebagai perilaku yang bertentangan dengan ekonomi syariah, karena penilaiannya perlu melihat jenis akad, objek transaksi, mekanisme pembayaran, serta biaya yang dikenakan. Persoalan syariah dapat muncul apabila transaksi mengandung unsur yang dilarang, seperti *riba*, *gharar*, *maysir*, atau ketidakjelasan akad. Selain aspek transaksi, penggunaan PayLater juga perlu mempertimbangkan kemampuan pengguna dalam memenuhi kewajiban pembayaran agar fasilitas pembiayaan tidak mendorong konsumsi berlebihan,

pembelian yang tidak diperlukan, maupun munculnya beban utang yang tidak proporsional dengan kemampuan finansial (Wahida et al., 2024).

Perspektif ekonomi syariah dalam penelitian ini digunakan untuk menilai apakah perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan PayLater telah mencerminkan prinsip konsumsi Islam. Penilaian tersebut dapat dilihat dari kemampuan mahasiswa mengendalikan keinginan, menentukan prioritas kebutuhan, menghindari *israf* dan *tabzir*, memperhatikan kehalalan transaksi, serta mempertimbangkan konsekuensi kewajiban pembayaran. Konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah bukan berarti menghindari seluruh bentuk pembiayaan atau pembayaran tertunda, melainkan menempatkan transaksi dalam batas kebutuhan, kemampuan, kemaslahatan, dan ketentuan syariah (Maharani, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Muslim dalam penggunaan layanan PayLater berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian tidak diarahkan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan menggali pengalaman, pertimbangan, motif, dan pemaknaan mahasiswa ketika menggunakan PayLater dalam aktivitas konsumsi (Anggito & Setiawan, 2018). Informan penelitian adalah mahasiswa Muslim yang pernah menggunakan layanan PayLater untuk melakukan pembelian barang atau jasa. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan pengalaman langsung dalam menggunakan PayLater, sehingga informasi yang diperoleh relevan dengan fokus penelitian. Jumlah informan dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan prinsip kecukupan informasi, yaitu wawancara dihentikan ketika data yang diperoleh telah menunjukkan pola yang relatif berulang dan tidak ditemukan informasi substantif baru.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur secara mendalam. Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian yang meliputi pengalaman menggunakan PayLater, alasan memilih PayLater sebagai metode pembayaran, jenis barang atau jasa yang dibeli, frekuensi penggunaan, pertimbangan sebelum melakukan transaksi, kemampuan membayar tagihan, pengalaman menggunakan promo atau potongan harga, serta perubahan pola konsumsi setelah mengenal PayLater. Wawancara juga diarahkan untuk mengetahui pemahaman informan mengenai kebutuhan dan keinginan, perilaku pembelian spontan, kecenderungan membeli barang karena tren atau promosi, serta cara informan

memandang penggunaan PayLater dari sudut pandang seorang Muslim. Untuk memperoleh data yang lebih mendalam, peneliti menggunakan pertanyaan lanjutan ketika ditemukan informasi yang relevan dengan perilaku konsumtif atau prinsip ekonomi syariah. Selain wawancara, data pendukung diperoleh melalui dokumentasi dan penelusuran literatur yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, PayLater, konsumsi Islam, dan prinsip ekonomi syariah (Fiantika et al., 2022).

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara terlebih dahulu ditranskripsikan dan dibaca secara berulang untuk mengidentifikasi informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data dikategorikan berdasarkan tema, seperti alasan penggunaan PayLater, kemudahan transaksi, dorongan promosi, pembelian berdasarkan keinginan, pengelolaan tagihan, dan pemahaman terhadap prinsip konsumsi Islam. Data yang telah dikelompokkan kemudian disajikan dalam bentuk uraian tematik untuk menemukan pola perilaku konsumsi yang muncul di antara informan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari beberapa informan serta triangulasi teknik melalui perbandingan hasil wawancara dengan dokumentasi dan literatur yang relevan (Rukin, 2019). Tahap akhir dilakukan dengan menginterpretasikan temuan berdasarkan konsep perilaku konsumtif dan prinsip ekonomi syariah, khususnya prinsip keseimbangan, kemaslahatan, *halal-thayyib*, serta larangan *israf* dan *tabzir*, sehingga kesimpulan penelitian tidak hanya menggambarkan perilaku penggunaan PayLater, tetapi juga memberikan penilaian kritis terhadap fenomena tersebut dalam perspektif ekonomi syariah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola dan Alasan Penggunaan PayLater pada Mahasiswa Muslim

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* pada mahasiswa Muslim umumnya didorong oleh pertimbangan kepraktisan, kebutuhan transaksi yang mendesak, serta adanya kemudahan memperoleh barang tanpa harus membayar seluruh harga pada saat pembelian. Beberapa mahasiswa menggunakan *PayLater* ketika memiliki kebutuhan tertentu tetapi kondisi saldo atau uang tunai belum mencukupi. Penggunaan tersebut umumnya tidak dilakukan setiap hari, melainkan pada saat terdapat kebutuhan atau keinginan tertentu. Namun, sebagian mahasiswa mengakui bahwa keberadaan fasilitas pembayaran tertunda membuat keputusan pembelian terasa lebih mudah karena beban pembayaran dapat dibagi ke periode berikutnya. Pola tersebut memperlihatkan bahwa *PayLater* telah dipersepsikan bukan hanya

sebagai alternatif pembayaran, tetapi juga sebagai fasilitas yang memberikan fleksibilitas dalam mengatur waktu pengeluaran.

Alasan lain yang cukup menonjol adalah adanya promo berupa potongan harga, *voucher*, bebas biaya tertentu, atau penawaran khusus ketika transaksi menggunakan *PayLater*. Mahasiswa cenderung mempertimbangkan keuntungan langsung yang diperoleh dari promosi tersebut sebelum melakukan pembelian. Dalam beberapa kasus, promo justru menjadi pemicu keputusan pembelian karena mahasiswa sebelumnya tidak memiliki rencana untuk membeli barang tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan *PayLater* tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan objektif, tetapi juga dipengaruhi oleh stimulus pemasaran yang terdapat pada platform digital. Temuan tersebut memperlihatkan adanya pergeseran pertimbangan konsumsi dari "apakah barang ini benar-benar dibutuhkan?" menjadi "apakah barang ini sedang murah dan dapat dibayar nanti?". Pola tersebut memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif karena promosi dan kemudahan pembayaran dapat menurunkan pertimbangan terhadap prioritas kebutuhan (Darsono et al., 2025).

Jenis barang dan jasa yang dibeli melalui *PayLater* juga menunjukkan pola konsumsi yang beragam. Penggunaannya dapat ditemukan pada pembelian pakaian, produk kecantikan, perangkat elektronik, makanan, kebutuhan perkuliahan, hingga berbagai kebutuhan yang tersedia melalui *e-commerce*. Barang dengan nilai relatif kecil cenderung lebih mudah dibeli karena nominal cicilan terlihat ringan, sementara barang dengan harga lebih tinggi biasanya dipertimbangkan berdasarkan kemampuan membayar setiap bulan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nominal cicilan menjadi salah satu pertimbangan penting dalam keputusan pembelian. Ketika mahasiswa melihat bahwa suatu barang dapat diperoleh dengan pembayaran beberapa kali dalam jumlah yang relatif kecil, hambatan psikologis untuk melakukan transaksi menjadi lebih rendah dibandingkan apabila harus membayar harga secara penuh.

Frekuensi penggunaan *PayLater* memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan pola antara mahasiswa yang menggunakannya secara situasional dan mahasiswa yang mulai menjadikannya sebagai alternatif pembayaran rutin. Pengguna situasional cenderung menggunakan *PayLater* ketika terdapat kebutuhan tertentu dan masih memperhitungkan sumber dana untuk membayar cicilan. Sementara itu, penggunaan yang lebih sering berpotensi membuat mahasiswa memiliki beberapa kewajiban pembayaran dalam waktu yang bersamaan. Sebagian mahasiswa juga mengaku mempertimbangkan tanggal jatuh tempo dan jumlah cicilan sebelum melakukan transaksi baru, tetapi terdapat pula kecenderungan mengandalkan pendapatan atau uang saku yang akan diterima kemudian. Kondisi tersebut menjadi persoalan

ketika keputusan pembelian dilakukan berdasarkan asumsi bahwa pembayaran pada periode berikutnya pasti dapat dipenuhi, sementara kebutuhan lain yang tidak terduga dapat muncul pada waktu yang sama (Hisyam & Utami, 2024).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pola penggunaan *PayLater* pada mahasiswa Muslim berada di antara fungsi praktis sebagai instrumen pembayaran dan potensi menjadi pendorong perilaku konsumtif. Penggunaan untuk kebutuhan yang benar-benar diperlukan, disertai perhitungan kemampuan membayar dan pemahaman terhadap seluruh biaya transaksi, menunjukkan pola penggunaan yang relatif lebih terkendali. Sebaliknya, penggunaan yang dipicu promo, tren, keinginan sesaat, atau persepsi bahwa cicilan kecil berarti barang tersebut terjangkau menunjukkan kecenderungan konsumtif yang lebih kuat. Dalam perspektif ekonomi syariah, kondisi tersebut perlu dilihat tidak hanya dari kemampuan mahasiswa melakukan pembayaran, tetapi juga dari proporsionalitas konsumsi, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta upaya menghindari *israf* dan *tabzir*. Artinya, persoalan utama bukan semata-mata keberadaan *PayLater*, melainkan bagaimana mahasiswa menggunakannya dan pertimbangan apa yang mendasari keputusan konsumsi tersebut (Alaksari, 2026).

Penggunaan PayLater dan Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* memberikan perubahan pada pola pengambilan keputusan konsumsi mahasiswa, terutama dalam hal kemudahan merealisasikan pembelian yang sebelumnya masih dipertimbangkan. Sebagian mahasiswa mengungkapkan bahwa keberadaan fasilitas pembayaran tertunda membuat mereka tidak harus menunggu sampai memiliki uang yang cukup untuk membeli suatu barang. Pembayaran yang dapat dilakukan secara bertahap menciptakan persepsi bahwa barang tersebut masih berada dalam jangkauan kemampuan finansial, meskipun nilai keseluruhan transaksi sebenarnya lebih besar daripada nominal cicilan yang terlihat pada saat pembelian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *PayLater* dapat mengurangi hambatan finansial yang biasanya berfungsi sebagai mekanisme pengendalian konsumsi. Ketika hambatan tersebut semakin kecil, keputusan pembelian dapat dilakukan dengan pertimbangan yang lebih singkat dan tidak selalu didasarkan pada evaluasi kebutuhan secara menyeluruh.

Kecenderungan pembelian impulsif juga menjadi salah satu pola yang muncul dalam penggunaan *PayLater*. Mahasiswa dapat melakukan transaksi secara spontan ketika menemukan produk yang menarik, terutama ketika produk tersebut ditawarkan melalui *flash sale*, *voucher*, potongan harga, atau promosi khusus pengguna PayLater. Dalam situasi tersebut, keputusan pembelian tidak selalu diawali dengan perencanaan kebutuhan, tetapi muncul setelah mahasiswa memperoleh stimulus dari platform digital (Rahima & Cahyadi,

2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dapat berinteraksi dengan kemudahan pembiayaan dalam mendorong konsumsi. Barang yang pada awalnya tidak dianggap penting dapat berubah menjadi sesuatu yang ingin segera dimiliki karena konsumen merasa memperoleh kesempatan menguntungkan dan tidak perlu mengeluarkan seluruh uang pada saat transaksi.

Penggunaan *PayLater* juga berhubungan dengan kecenderungan mahasiswa mengikuti perkembangan tren dan gaya hidup. Media sosial memperlihatkan berbagai produk yang sedang populer, mulai dari pakaian, kosmetik, perangkat elektronik, hingga makanan dan layanan hiburan. Ketika produk tersebut dapat diperoleh melalui pembayaran bertahap, jarak antara munculnya keinginan dan tindakan pembelian menjadi semakin pendek. Mahasiswa yang sebelumnya mungkin menunda pembelian karena keterbatasan dana menjadi memiliki alternatif untuk memperoleh barang tersebut lebih cepat. Fenomena ini memperlihatkan bahwa *PayLater* bukan merupakan satu-satunya faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif, tetapi dapat menjadi instrumen yang memperkuat dorongan konsumsi yang berasal dari lingkungan sosial, tren digital, iklan, dan gaya hidup. Semakin kuat dorongan untuk mengikuti tren, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa menggunakan fasilitas pembayaran tertunda untuk mempertahankan pola konsumsi yang dianggap sesuai dengan lingkungan pergaulannya (Adyaputri & Surawan, 2025).

Persoalan menjadi lebih kompleks ketika penggunaan *PayLater* dilakukan secara berulang dalam periode pembayaran yang sama. Transaksi dengan nominal cicilan kecil dapat terlihat tidak membebani apabila dilihat secara individual, tetapi beberapa transaksi sekaligus dapat menghasilkan akumulasi kewajiban yang cukup besar. Mahasiswa dapat merasa masih mampu membayar setiap cicilan, sementara pada saat yang sama sebagian pendapatan atau uang saku pada periode berikutnya telah dialokasikan untuk membayar transaksi sebelumnya. Situasi tersebut berpotensi menciptakan siklus konsumsi, yaitu melakukan pembelian baru ketika kewajiban dari pembelian sebelumnya belum sepenuhnya selesai. Apabila kondisi tersebut berlangsung terus-menerus, kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan pengeluaran dapat melemah dan konsumsi yang semula bersifat situasional berubah menjadi kebiasaan (Kartika & Krisnaningsih, 2026).

Jika dikaitkan dengan teori perilaku konsumtif, penggunaan *PayLater* pada mahasiswa menunjukkan adanya beberapa karakteristik yang saling berkaitan, yaitu pembelian impulsif, pembelian berdasarkan keinginan, ketertarikan terhadap promosi, kecenderungan mengikuti tren, serta meningkatnya frekuensi pembelian. *PayLater* tidak dapat diposisikan sebagai penyebab tunggal perilaku konsumtif karena keputusan konsumsi juga dipengaruhi oleh gaya

hidup, lingkungan sosial, kontrol diri, literasi keuangan, dan kondisi ekonomi mahasiswa. Namun, karakteristik pembayaran yang menunda pengeluaran aktual membuat fasilitas tersebut berpotensi memperkuat perilaku konsumtif ketika digunakan tanpa perencanaan dan pertimbangan kemampuan finansial. Dalam konteks mahasiswa Muslim, temuan tersebut memiliki relevansi dengan prinsip konsumsi Islam yang menekankan keseimbangan dan pengendalian diri serta menghindari *israf* dan *tabzir* (Amelia et al., 2023). Artinya, penggunaan *PayLater* perlu ditempatkan dalam kerangka konsumsi yang rasional dan bertanggung jawab, sehingga kemudahan teknologi finansial tidak berubah menjadi sarana untuk memenuhi keinginan secara berlebihan atau menciptakan kewajiban finansial yang melampaui kemampuan pengguna.

Perilaku Penggunaan PayLater dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* oleh mahasiswa Muslim perlu dipahami melalui prinsip keseimbangan dalam konsumsi. Islam tidak melarang seseorang menikmati barang dan jasa yang halal, tetapi memberikan batas agar aktivitas konsumsi tidak dilakukan secara berlebihan dan tidak mengabaikan kemampuan ekonomi. Temuan mengenai penggunaan *PayLater* memperlihatkan bahwa sebagian mahasiswa menggunakannya karena kebutuhan tertentu dan telah mempertimbangkan kemampuan pembayaran, sementara sebagian lainnya lebih mudah terdorong melakukan transaksi karena adanya promo, tren, dan kemudahan cicilan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap penggunaan *PayLater* tidak cukup hanya berdasarkan ada atau tidaknya transaksi, tetapi perlu melihat tujuan, proses, serta dampak konsumsi terhadap kondisi keuangan pengguna. Konsumsi yang masih berada dalam batas kemampuan dan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan yang wajar lebih dekat dengan prinsip keseimbangan dibandingkan pembelian yang dilakukan secara berulang hanya untuk memenuhi keinginan.

Pembedaan antara kebutuhan dan keinginan menjadi aspek penting dalam menilai perilaku mahasiswa pengguna *PayLater*. Kebutuhan berkaitan dengan sesuatu yang memiliki manfaat nyata dan diperlukan untuk menunjang kehidupan, pendidikan, atau aktivitas sehari-hari, sedangkan keinginan lebih banyak berkaitan dengan dorongan memperoleh kepuasan tambahan. Berdasarkan pola penggunaan yang ditemukan, pembelian kebutuhan perkuliahan atau barang yang memang diperlukan dapat dipandang lebih rasional ketika mahasiswa telah memperhitungkan kemampuan pembayaran. Persoalan muncul ketika fasilitas *PayLater* digunakan untuk membeli barang karena mengikuti tren, tertarik promosi, atau sekadar ingin memiliki produk tertentu meskipun belum diperlukan (Aritonang & Nuryana, 2026). Dalam kondisi tersebut, kemudahan pembiayaan dapat membuat batas antara kebutuhan dan

keinginan menjadi semakin kabur, sehingga keputusan konsumsi lebih mudah bergeser dari pemenuhan kebutuhan menuju pemuasan keinginan.

Prinsip *israf* dan *tabzir* juga menjadi relevan dalam menganalisis temuan penelitian. *Israf* berkaitan dengan perilaku melampaui batas dalam menggunakan sesuatu, sedangkan *tabzir* berkaitan dengan pemborosan atau penggunaan harta pada sesuatu yang tidak semestinya. Penggunaan *PayLater* secara berulang untuk membeli barang yang tidak diperlukan, melakukan transaksi hanya karena promosi, atau menambah pembelian ketika kewajiban sebelumnya belum selesai dapat menunjukkan kecenderungan konsumsi yang kurang terkendali. Persoalan tersebut semakin serius apabila mahasiswa memiliki sumber dana terbatas tetapi tetap meningkatkan transaksi karena adanya persepsi bahwa cicilan yang kecil berarti pembelian tersebut masih terjangkau. Dalam perspektif ekonomi syariah, kemampuan membayar cicilan tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa konsumsi tersebut baik, karena pertimbangan yang lebih luas mencakup kemanfaatan barang, proporsionalitas pengeluaran, serta dampaknya terhadap kondisi keuangan pada masa berikutnya (Hariono et al., 2025).

Aspek kemaslahatan juga menjadi pertimbangan penting dalam penggunaan *PayLater*. Suatu transaksi seharusnya memberikan manfaat dan tidak menimbulkan mudarat yang lebih besar bagi pengguna. Ketika *PayLater* digunakan secara terencana untuk kebutuhan yang jelas, pengguna memahami seluruh kewajiban dan biaya, serta mampu membayar sesuai jadwal, fasilitas tersebut dapat memberikan manfaat berupa fleksibilitas transaksi. Sebaliknya, apabila penggunaannya menimbulkan akumulasi utang, keterlambatan pembayaran, tekanan keuangan, atau mendorong konsumsi berlebihan, maka manfaat jangka pendek dari transaksi dapat berubah menjadi beban jangka panjang. Karena itu, mahasiswa Muslim perlu mempertimbangkan bukan hanya apakah barang dapat diperoleh, tetapi apakah transaksi tersebut benar-benar memberikan kemaslahatan dan sesuai dengan kemampuan ekonominya.

Selain perilaku konsumsi, aspek akad dan biaya dalam layanan *PayLater* perlu diperhatikan karena menjadi bagian penting dalam perspektif ekonomi syariah. Pengguna perlu memahami bentuk akad yang digunakan, harga atau kewajiban pembayaran, biaya administrasi, margin, denda keterlambatan, serta ketentuan lain yang tercantum dalam perjanjian. Tidak seluruh layanan *PayLater* dapat dinilai sama karena mekanisme dan struktur transaksi masing-masing penyedia dapat berbeda, sehingga kesesuaian syariahnya perlu dianalisis berdasarkan akad dan praktik yang benar-benar diterapkan. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* pada mahasiswa Muslim belum dapat dinilai hanya dari statusnya sebagai teknologi pembayaran, tetapi harus dilihat dari tujuan

konsumsi, kemampuan finansial, mekanisme transaksi, serta dampaknya terhadap kemaslahatan (Y. Fadhilah et al., 2026).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* pada mahasiswa Muslim tidak hanya berkaitan dengan kemudahan transaksi, tetapi juga berhubungan dengan perubahan pola pengambilan keputusan konsumsi. Mahasiswa menggunakan *PayLater* karena kebutuhan tertentu, keterbatasan dana pada saat transaksi, kemudahan pembayaran, serta adanya berbagai promosi dan potongan harga. Kemudahan tersebut dalam beberapa kondisi dapat mendorong pembelian impulsif, pembelian berdasarkan keinginan, mengikuti tren, dan meningkatnya frekuensi transaksi. Ketika penggunaan dilakukan berulang tanpa perencanaan terhadap keseluruhan kewajiban, *PayLater* berpotensi memperkuat perilaku konsumtif dan meningkatkan beban keuangan mahasiswa.

Dalam perspektif ekonomi syariah, penggunaan *PayLater* tidak dapat dinilai hanya berdasarkan keberadaan fasilitas pembayaran tertunda, tetapi harus dilihat dari tujuan konsumsi, kemampuan membayar, proporsionalitas pengeluaran, serta mekanisme transaksi yang digunakan. Penggunaan untuk memenuhi kebutuhan yang wajar, dilakukan secara terencana, tidak berlebihan, dan sesuai dengan kemampuan finansial lebih mencerminkan prinsip keseimbangan dan kemaslahatan. Sebaliknya, penggunaan yang didorong oleh keinginan sesaat, promosi, tren, dan pembelian berlebihan dapat mengarah pada perilaku *israf* dan *tabzir*, terutama ketika transaksi tersebut menimbulkan akumulasi kewajiban yang tidak sebanding dengan kemampuan ekonomi mahasiswa.

Secara keseluruhan, fenomena *PayLater* pada mahasiswa Muslim memperlihatkan adanya dua sisi yang perlu dibedakan secara kritis. *PayLater* dapat memberikan manfaat berupa fleksibilitas pembayaran ketika digunakan secara bijak, tetapi juga dapat menjadi instrumen yang memperkuat perilaku konsumtif apabila kemudahan akses tidak disertai pengendalian diri dan pertimbangan finansial yang matang. Dari perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi yang ideal menempatkan kebutuhan, kemampuan, kemaslahatan, dan kepatuhan terhadap ketentuan akad sebagai pertimbangan utama. Karena itu, mahasiswa Muslim perlu meningkatkan kesadaran dalam membedakan kebutuhan dan keinginan serta memahami konsekuensi akad dan biaya sebelum menggunakan *PayLater*, sehingga kemajuan teknologi keuangan tetap dapat dimanfaatkan tanpa mengabaikan prinsip konsumsi yang bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

Adyaputri, E., & Surawan, S. (2025). Transaksi Digital Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya. *Educatia: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, *15*(1), 61–75.

Alaksari, S. (2026). Implementasi Prinsip Syariah Pada Transaksi E-Commerce Melalui Fitur Paylater: Studi Kualitatif Pada Mahasiswa Muslim. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, *7*(1), 51–61.

Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, C. S. (2023). Fenomena penggunaan paylater di kalangan mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, *2*, 176–187.

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Anggraini, L., Yogivaria, D. W., & Indiraswari, S. D. (2025). Pengaruh penggunaan shopee paylater dan tingkat literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa: Analisis perspektif ekonomi islam dengan penerapan akad ijarah. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, *13*(2), 148–154.

Aprilianti, A., Hasnarifa, N. S., Azzahra, K. N., Husna, S. I. faalana, Fauzan, D. A., Rustama, M. A. B., & Hidayat, S. (2026). Pengaruh Pinjaman Online dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *4*(4), 6197–6207.

Aritonang, P. D., & Nuryana, I. (2026). Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang 2022). *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, *19*(1), 278–292.

Cintya, P., & Nisa, F. L. (2024). Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(2), 152–162.

Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena PayLater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *9*(1), 125–138.

Fadhilah, N., & Nurmala, M. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Penggunaan E-commerce dalam Perspektif Maqashid al-Syariah. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *9*(2), 141–152.

Fadhilah, Y., Suwandi, T. L., Mujamilah, S., & Damayanti, S. (2026). Perubahan Pola Konsumsi Mahasiswa Akibat Penggunaan Paylater Dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *4*(3), 1846–1858.

Ferliansyah, I., & Efrina, L. (2025). Pengaruh Shopee Paylater Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus Universitas Islam Annur Lampung Program Ekonomi Syari'ah Angkatan Tahun 2025). *ATTAMYIS: Jurnal Ekonomi Syariah*, *2*(3), 198–208.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., & Ambarwati, K. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March). Surabaya: PT. Pustaka Pelajar. Https://Scholar. Google. Com/Citations*.

Hadi, K. C. K., Setiawan, R. A., & Yustati, H. (2024). Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *8*(2), 1220–1225.

Hariono, J., Sary, C. D. Y. R., Rohmah, M., & Klau, H. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Sosial Media Terhadap Tren Penggunaan Paylater Di Kalangan Generasi Z. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, *6*(2), 15–32.

Hisyam, M., & Utami, P. H. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Perilaku Konsumtif, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Muslim Di Kecamatan Medan Baru. *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, *5*(2), 126–139.

Kartika, T. D. A., & Krisnaningsih, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater pada Gen Z: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *9*(1), 358–372.

Maharani, D. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

Miptahudin, I., & Nurrahman, A. G. (2025). Penggunaan Fitur Shopee PayLater Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dikalangan Mahasiswa Universitas Halim Sanusi Prodi Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *4*(1), 87–92.

Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Spaylater dalam Online Shop terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *8*(2).

Octa, O. N., Islamiati, M. A., & Widyaningsih, E. (2026). Fenomena PayLater di Kalangan Generasi Z Muslim: Antara Literasi Syariah, Kemudahan Digital, dan Perilaku Konsumtif. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, *5*(1), 171–184.

Putri, V. A., Tartila, L., Nadya, A., & Sari, N. (2025). Implikasi Buy Now Pay Later (BNPL) pada perilaku konsumtif generasi Z dalam perspektif ekonomi Islam. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, *1*(1), 114–126.

Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, *4*(1), 39–50.

Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). Analisis perilaku konsumtif pengguna layanan buy now pay later dalam konsep konsumsi menurut Muhammad Abdul Mannan. *Jesya*, *7*(2), 1445–1456.

Wahida, N., Parakkasi, I., & Sudirman, S. (2024). Perilaku konsumen dalam ekonomi Islam. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, *7*(2), 151–169.

Wigati, S. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, *1*(1).