

**PENGARUH ETIKA KONSUMSI ISLAM, *SELF-CONTROL*,
MORAL IDENTITY, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI PADA KONSEP LAYANAN *ALL YOU CAN EAT*
STUDI KASUS KONSUMEN MUSLIM KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H. ABURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH ETIKA KONSUMSI ISLAM, *SELF-CONTROL*,
MORAL IDENTITY, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI PADA KONSEP LAYANAN *ALL YOU CAN EAT*
STUDI KASUS KONSUMEN MUSLIM KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NURUL HANIYAH

NIM. 40122058

HALAMAN JUDUL

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H. ABURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Haniyah

NIM : 40122058

Judul Skripsi : Pengaruh Etika Konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Konsep Layanan All You Can Eat (Studi Kasus Konsumen Muslim Kota Pekalongan)

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini Adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Juni 2026

Yang menyatakan



008E2AOX025879141

Nurul Haniyah

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nurul Haniyah

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Nurul Haniyah
NIM : 40122058
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Konsumsi Islam, Self-Control, Moral Identity, Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Konsep Layanan All You Can Eat (Studi Kasus Konsumen Muslim Kota Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan,¹⁶ Juni 2026
Pembimbing,



Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M
NIP. 197910302006041018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Nurul Haniyah
NIM : 40122058
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Konsumsi Islam, *Self-Control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumsi pada Konsep Layanan *All You Can Eat* (Studi Kasus Konsumen Muslim Kota Pekalongan)
Dosen Pembimbing : Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M.

Telah diujikan pada Hari Selasa tanggal 07 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M.
NIP. 199310142018012003

Ina Mutmainah, M. Ak
NIP. 199203312019032007

Pekalongan, 14 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. A.M. Muhiyiddin Ma'shum, M.Ag.
NIP. 1978061620031210003

MOTTO

وكلّ من لم يعتقد لم ينتفع

"Setiap orang yang tidak mempunyai keyakinan, maka ia tidak ada gunanya"

-Nadham Al-'Imrithi-

لا تفكّر في صعوبة البداية، بل فكّر كيف تصل الى سعادة النهاية

"Jangan pikirkan kesulitan di awal perjalanan, tapi pikirkan bagaimana cara untuk mencapai akhir yang bahagia"

-Ning Shema Huda Djazuli-

Terbentur, terbentur, terbentur, terbentuk

-Tan Malaka-

Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia

-Hindia-

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWt. Yang Maha Kuasa, atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari akan keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga masih banyak hal yang perlu diperbaiki. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan informasi yang bermanfaat bagi para pembaca. Selama proses penulisan, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan; baik moral maupun materil. Ucapan terima kasih mungkin tidak cukup untuk mengungkapkan rasa terima kasih kami, namun penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Bapak tercinta, Bapak Kastori, terima kasih telah menjadi sosok yang selalu berada di garda terdepan dalam setiap perjalanan hidupku. Di balik setiap pencapaianku, terdapat kerja keras, pengorbanan, dan doa yang tak pernah putus dari Bapak. Meski tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, Bapak adalah guru kehidupan terbaik yang mengajarkanku arti kerja keras, keteguhan, dan tanggung jawab. Terima kasih atas segala nasihat, dukungan, dan semangat yang selalu Bapak berikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang untuk Bapak. Dengan penuh rasa syukur dan cinta, gelar ini kupersembahkan juga untuk Bapak.
2. Ibu tercinta, Ibu Istikharoh, sosok wanita terhebat yang Allah hadirkan dalam hidupku. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah berkurang, doa yang tak pernah terputus, serta dukungan yang selalu menguatkan dalam setiap langkah. Terima kasih telah menjadi tempat ternyaman untuk pulang dan pelukan hangat yang selalu menenangkan saat aku merasa lelah dan ingin menyerah. Dari Ibu, aku belajar arti ketulusan, kekuatan, dan kesabaran. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan,

- kebahagiaan, dan umur yang penuh berkah untuk Ibu. Dengan penuh cinta dan rasa syukur, gelar ini kupersembahkan juga untuk Ibu.
3. Kepada kakak pertamaku, terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu kamu berikan. Terima kasih juga untuk setiap ajakan jajan yang sering kali menjadi penyemangat di tengah lelahnya proses perkuliahan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan, kesehatan, rezeki yang melimpah, serta mengabulkan segala harapan dan impianmu.
 4. Kepada kakak kedua, yang berasa teman sebaya, terima kasih untuk dukungan, semangat, dan tawa di tengah berbagai proses yang telah dilalui. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, rezeki yang melimpah, serta kemudahan dalam setiap langkahmu.
 5. Kepada Adikku satu-satunya, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku dan salah satu alasan bagiku untuk terus berjuang menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih atas dukungan, perhatian, dan keceriaan yang selalu kamu hadirkan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, serta kemudahan dalam meraih setiap impianmu.
 6. Kepada keluarga besar, yang juga memberikan support dan doa untuk kelancaran pendidikan, sehingga studi ini bisa terselesaikan.
 7. Kepada almamater Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
 8. Kepada Ketua Program Studi, Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., terima kasih atas arahan, dukungan, serta ilmu yang telah Bapak berikan selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
 9. Kepada Ibu Dr. Siti Aminah Caniago, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik, terima kasih atas bimbingan, arahan, dan perhatian yang telah Ibu berikan selama masa perkuliahan hingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik
 10. Kepada dosen pembimbing skripsi, Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M., terima kasih atas waktu, tenaga, kesabaran, serta ilmu yang

telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap saran, kritik, dan masukan yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga ilmu yang Bapak berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir membawa keberkahan.

11. Kepada sahabat dan teman-temanku tersayang, terima kasih telah menemani setiap langkah perjuangan ini, baik dalam suka maupun duka. Terima kasih atas tawa yang menghapus penat, dukungan yang menguatkan, serta kebersamaan yang memberikan banyak pelajaran berharga. Semoga langkah kita selalu dimudahkan dan impian yang kita perjuangkan dapat tercapai satu per satu
12. Terakhir ucapkan maaf dan terima kasih kepada wanita berjuta mimpi, Nurul Haniyah, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun lelah dan menghadapi berbagai tantangan dalam perjalanan ini. Hari ini, kamu sedang duduk di atas doa-doa yang pernah kamu panjatkan. Meskipun pencapaian ini tidak datang sesuai target yang diharapkan, percayalah bahwa segala yang telah dilalui merupakan bagian dari rencana terbaik Allah SWT. Kamu sudah hebat dengan versimu sendiri. Teruslah berkembang, bermimpi, dan terbang lebih tinggi untuk meraih masa depan yang lebih baik



ABSTRAK

NURUL HANIYAH, Pengaruh Etika Konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Konsep Layanan *All You Can Eat* (Studi Kasus Konsumen Muslim Kota Pekalongan)

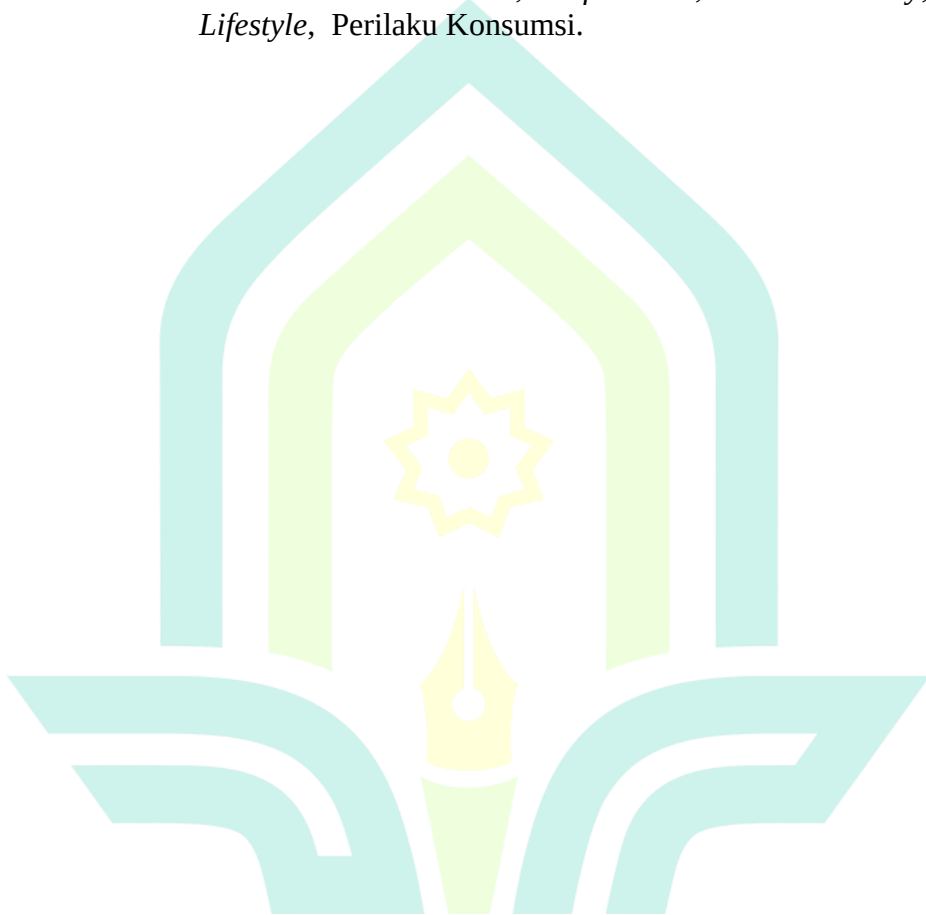
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada konsumen Muslim pengguna layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah berkembang pesatnya konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan, baik pada restoran besar maupun usaha mikro dan menengah. Di sisi lain, konsep tersebut berpotensi mendorong perilaku konsumsi berlebihan yang dapat menyebabkan pemborosan makanan (*food waste*), sehingga bertentangan dengan prinsip etika konsumsi Islam yang mengajarkan keseimbangan dan melarang perilaku israf (berlebih-lebihan). Selain itu, penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada layanan *All You Can Eat* masih relatif terbatas, khususnya pada masyarakat Muslim di Kota Pekalongan yang dikenal sebagai kota santri dengan nilai-nilai religius yang kuat.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode penelitian lapangan (*field research*). Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Muslim yang pernah menikmati layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 96 responden sebagai sampel penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* memiliki pengaruh parsial, positif, dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi terkait konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Nilai R^2 sebesar 85,5% menunjukkan bahwa keempat variabel

independen tersebut menjelaskan 85,5% variasi dalam perilaku konsumsi, sedangkan 14,5% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai etika Islam, pengendalian diri, identitas moral, dan gaya hidup memainkan peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi konsumen Muslim terkait layanan *All You Can Eat*.

Kata Kunci: Etika Konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, *Lifestyle*, Perilaku Konsumsi.



ABSTRACT

NURUL HANIYAH, The Influence of Islamic Consumption Ethics, *Self-control*, *Moral Identity*, and *Lifestyle* on Consumption Behavior in the Context of All-You-Can-Eat Services (A Case Study of Muslim Consumers in Pekalongan City)

This study aims to determine the influence of Islamic consumption ethics, *Self-control*, *Moral Identity*, and *Lifestyle* on the consumption behavior of Muslim consumers who use all-you-can-eat services in Pekalongan City. The phenomenon underlying this study is the rapid growth of the “*All You Can Eat*” service concept in Pekalongan City, both in large restaurants and in micro and small businesses. On the other hand, this concept has the potential to encourage excessive consumption behavior that can lead to food waste, thereby contradicting the principles of Islamic consumption ethics, which teach balance and prohibit *israf* (excess). Furthermore, research that simultaneously examines the influence of Islamic consumption ethics, *Self-control*, *Moral Identity*, and *Lifestyle* on consumption behavior in “*All You Can Eat*” services remains relatively limited, particularly among the Muslim community in Pekalongan City, which is known as a “*santri*” city with strong religious values.

This study was conducted using a quantitative approach through field research. Research data were collected by distributing questionnaires to Muslim consumers who had previously used the *All You Can Eat* service in Pekalongan City. The sample for this study was selected using purposive sampling, resulting in a sample of 96 respondents. The collected data were then analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS version 26 software.

The results of the study indicate that the variables of Islamic consumption ethics, *Self-control*, *Moral Identity*, and *Lifestyle* have a partial, positive, and significant influence on consumption behavior. Furthermore, the results of the simultaneous test show that these four variables collectively have a significant influence on consumption behavior related to the “*All You Can Eat*” service concept in Pekalongan City. An R^2 value of 85.5% indicates that these four independent variables explain 85.5% of the variation in consumption behavior, while the remaining 14.5% is explained by other factors outside the research model. These findings suggest that Islamic ethical

values, *Self-control*, *Moral Identity*, and *Lifestyle* play a significant role in shaping the consumption behavior of Muslim consumers regarding “*All You Can Eat*” services.

Keywords: Islamic Consumption Ethics, *Self-control*, *Moral Identity*, *Lifestyle*, Consumption Behavior



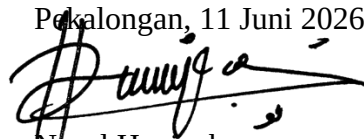
KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin, dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

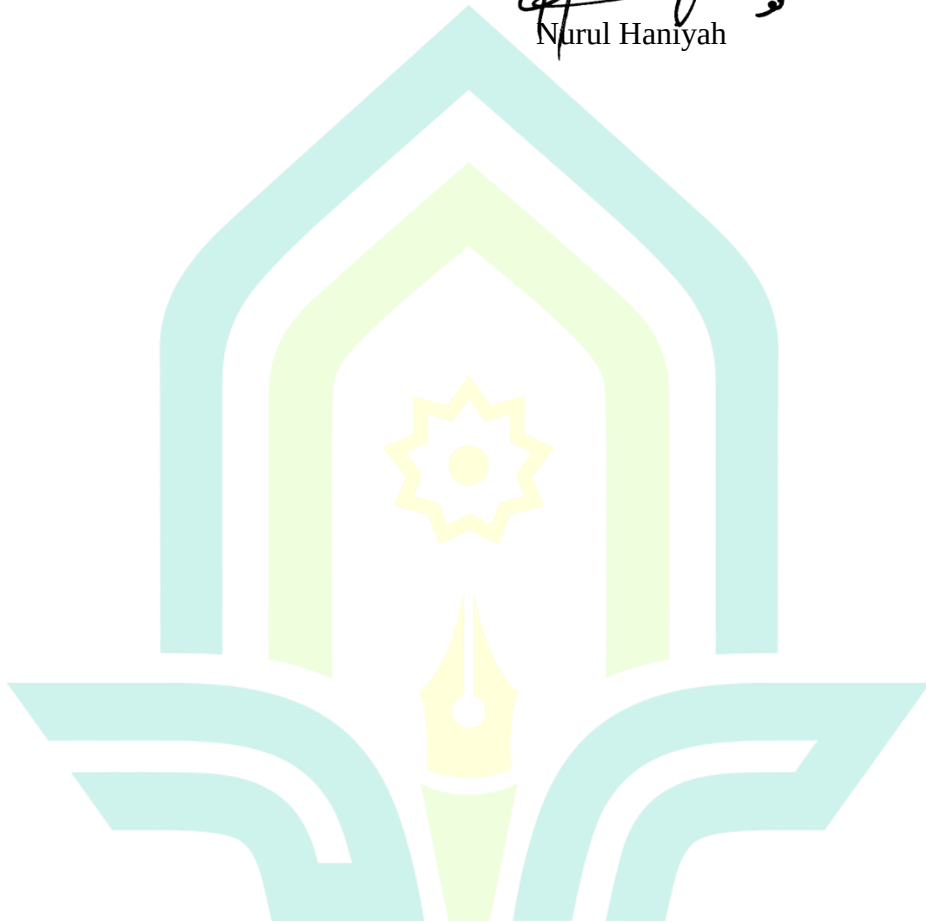
1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Khafidz Ma'Shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M., dosen pembimbing saya, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Siti Aminah Caniago, M. SI, dosen pembimbing akademik saya, yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan perhatian setiap semester.
7. Orang tua dan keluarga saya, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan material.
8. Sahabat-sahabat saya yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Pekalongan, 11 Juni 2026



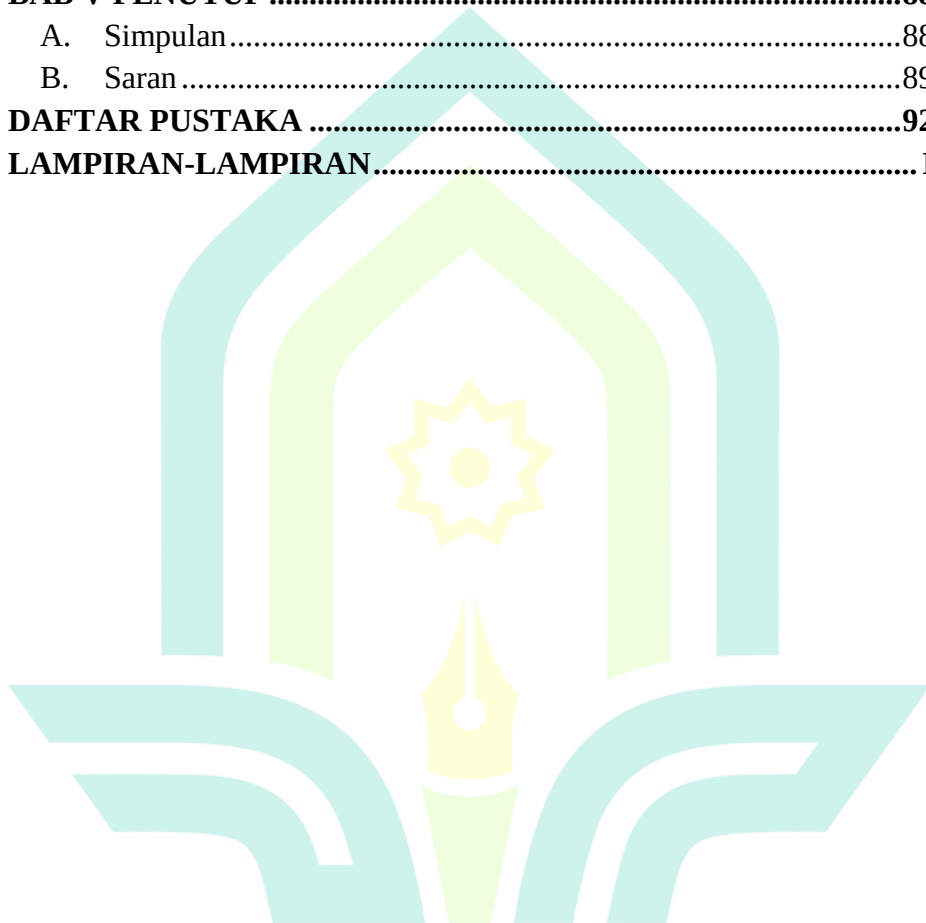
Nurul Haniyah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Pendekatan Penelitian	34
C. Sumber Data	34
D. Setting Penelitian	35
E. Sampel dan Populasi	35
F. Variabel Penelitian	36
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Metode Analisis Data	40

BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum	46
B. Deskripsi Data Penelitian	47
C. Distribusi Frekuensi.....	56
D. Analisis Data	65
E. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP	88
A. Simpulan.....	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi arab-latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan RI no. 158/1977 dan no. 0543 b/U/1987.

A. Konsonan

Fenomena konsonan Bahasa Arab dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di

			bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vocal

Vokal Bahasa Arab terdiri dari vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong), seperti dengan vokal Bahasa Indonesia.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
.	Fathah	A	A
َ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal rangkap

Vokal rangkap dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
وُ...	Fathah dan Wau	Au	A dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذَكَرَ	- zükira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ...يَ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
يِ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta'marbutah mati Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudāh al-atfāl
	- raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةُ	- talḥah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	-rabbanā
نَزَّلَ	-nazzala
الْبِرِّ	-al-birr
الْحَجِّ	-al-hajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ل namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf

yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَيْتُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalāl

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf

atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhair ar-rāziqīn
	Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti
إِلَيْهِ سَبِيلًا	manistaṭā’a ilaihi sabīla
	Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti
	manistaṭā’a ilaihi sabīlā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasul
إِنْ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwalabaitin wuḍi’alinnāsi lalla zī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fīh al- Qur’ānu
	Syahru Ramaḍān al-llaḏī unzila fīhil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra’āhubil-ufuq al-mubīn
	Walaqadra’āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillahirabbil al-‘ālamīn
Alhamdulillahirabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Naṣrun minallāhi wafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī’an
Lillāhil-amru jamī’an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāhabikullisyai’in ‘alīm

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data All You Can Eat Di Pekalongan	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran dan Skor Penilaian	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelurahan.....	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	53
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	54
Tabel 4. 7 Karakter Responden Berdasarkan Frekuensi Pengalaman.....	55
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Variabel Etika Konsumsi Islam	57
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Variabel Self-control.....	58
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Variabel Moral Identity	60
Tabel 4. 11 Frekuensi Jawaban Variabel Lifestyle.....	61
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban Variabel Perilaku Konsumsi	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Simultan)	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	29
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	II
Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner Skala Likert.....	VI
Lampiran 4 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Etika Konsumsi Islam	IX
Lampiran 5 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Self-control</i>	XI
Lampiran 6 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Moral Identity</i>	XII
Lampiran 7 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	XIII
Lampiran 8 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi ..	XIV
Lampiran 9 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	XV
Lampiran 10 Tabel Hasil Uji Normalitas	XVII
Lampiran 11 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	XVII
Lampiran 12 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	XVIII
Lampiran 13 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	XIX
Lampiran 14 Tabel Hasil Uji T	XX
Lampiran 15 Tabel Hasil Uji F.....	XX
Lampiran 16 Tabel Hasil Uji Determinasi (R^2)	XXI
Lampiran 17 Tabel r	XXII
Lampiran 18 Tabel t	XXIII
Lampiran 19 Tabel F	XXV
Lampiran 20 Dokumentasi	XXVI
Lampiran 21 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian...	XXVII
Lampiran 22 Daftar Riwayat Hidup	XXVIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kuliner di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan dinamis. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai inovasi yang menyesuaikan dengan preferensi serta gaya hidup modern. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini tidak lagi sekedar berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga pada pengalaman dan kepuasan mendorong lahirnya konsep kuliner yang variatif dan menarik.

Salah satu konsep yang berkembang signifikan adalah restoran dengan konsep layanan *All You Can Eat* (AYCE), yaitu konsep makan dengan harga tetap sesuai syarat dan ketentuan tertentu. Konsep ini semakin diminati karena menawarkan nilai lebih (*value for money*) serta pengalaman konsumsi yang unik. Popularitas AYCE di Indonesia mulai meningkat sejak pertengahan tahun 2018, terutama melalui restoran bertema Jepang dan Korea. Namun perkembangan AYCE sempat mengalami penurunan pada masa pandemi COVID-19 akibat pembatasan aktivitas. Seiring meredanya pandemi dan pelonggaran kebijakan, AYCE kembali menunjukkan tren pemulihan yang pesat. Bahkan, pasca pandemi konsep AYCE tidak hanya kembali diminati, tetapi juga mengalami perkembangan yang lebih inovatif. Jika sebelumnya didominasi oleh menu grill dan shabu-shabu, kini konsep AYCE telah mengalami diversifikasi ke berbagai jenis makanan cepat saji. Fenomena ini menunjukkan bahwa AYCE telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat urban.

Fenomena tersebut juga terjadi di Pekalongan. Konsep *All You Can Eat* (AYCE) mulai dikenal sekitar tahun 2022, yang pada awalnya hadir dalam bentuk paket konsumsi di hotel atau event tertentu. Seiring perkembangannya, sejak tahun 2023 konsep ini

mulai bertransformasi menjadi bisnis restoran tetap, yang ditandai dengan munculnya berbagai restoran dengan konsep AYCE. Tidak hanya diadopsi oleh restoran berskala besar, konsep ini juga mulai diterapkan oleh pelaku usaha skala kecil dan menengah (UMKM). Berdasarkan hasil penelusuran, terdapat berbagai usaha kuliner di Pekalongan yang menerapkan konsep AYCE, baik dalam bentuk restoran, UMKM, maupun layanan hotel. Hal ini menunjukkan bahwa konsep AYCE telah berkembang dan menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat setempat. Adapun data mengenai beberapa usaha kuliner yang menerapkan konsep tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Data All You Can Eat Di Pekalongan

No.	Nama Usaha	Jenis Usaha	Konsep	Lokasi`
1.	Sowon Korean Grill	Restoran	Korean BBQ AYCE	Transmart Pekalongan, Jl. Urip Sumoharjo No.58, Podosugih, Kec. Pekalongan Bar., Kota Pekalongan.
2.	Shuka Grill	Restoran	Japanese BBQ & Shabu AYCE	Jl. DR. Cipto Mangunkusomo Mangunkusumo No.66, Poncol, Kec. Pekalongan Tim., Kota Pekalongan.
3.	Matjoe Korean Grill	Restoran	Korean BBQ	Jl. Semarang No.15 Lantai 2, Sugihwaras, Kec. Pekalongan Tim., Kota Pekalongan.
4.	Alsha <i>All You Can Eat</i>	UMKM	Makanan ringan	Jl. Samirejo, Paweden Kidul, Paweden, Kec. Buaran, Kabupaten

				Pekalongan,
5.	Tempura <i>All You Can Eat</i>	UMKM	Makanan ringan	Karanganyar, Kab. Pekalongan
6.	Tempura <i>All You Can Eat</i>	UMKM	Makanan ringan	Wonopringgo, Kab. Pekalongan
7.	Tempura All U Can	UMKM	Makanan ringan	Kepatihan, Wiradesa, Kab. Pekalongan.
8.	KHAS Pekalongan Hotel	Hotel	Buffet <i>All You Can Eat</i>	Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo
9.	Aston Pekalongan Syariah Hotel & Conference Center	Hotel	Buffet <i>All You Can Eat</i>	Jl. Imam Bonjol No.53, Pabean, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Namun demikian, di balik popularitasnya, konsep *All You Can Eat* (AYCE) juga menimbulkan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumsi. Sistem yang memberikan kebebasan kepada konsumen untuk mengambil makanan tanpa batas mendorong sebagian konsumen untuk mengonsumsi makanan secara berlebihan guna memperoleh manfaat yang dianggap maksimal. Kondisi ini dapat memicu perilaku konsumsi impulsif serta rendahnya *Self-control*, yang pada akhirnya berpotensi menyebabkan food waste. Sebagai contoh, di Kota Bandung, timbulan sampah makanan mencapai 44,5% dari total sampah harian sebesar 1.496 ton. Sektor hotel dan restoran, termasuk yang menerapkan konsep *buffet* seperti AYCE, disebut sebagai salah satu penyumbang utama permasalahan tersebut. Kondisi ini juga tercermin dari laporan Food Bank Bandung yang menyatakan telah berhasil menyelamatkan sekitar 15ton makanan layak konsumsi dari buffet hotel, setara dengan lebih dari 100.000 porsi makanan, untuk kemudian didistribusikan kepada masyarakat

yang membutuhkan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa praktik penyediaan makanan dalam jumlah besar, termasuk pada layanan AYCE, memiliki potensi menimbulkan pemborosan pangan apabila tidak disertai dengan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab (WRI Indonesia, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa restoran *All You Can Eat* memiliki potensi tinggi dalam menyumbang food waste, terutama akibat perilaku konsumen yang mengambil makanan melebihi kapasitas konsumsi mereka (Putri, Wijayanti 2014)

Dari sudut pandang Islam, konsumsi tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual. Islam mengajarkan prinsip keseimbangan dan melarang konsumsi yang berlebihan. Hal ini tercermin dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang menegaskan:

...وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“...dan makan serta minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf (7):31).

Dengan demikian, praktik konsumsi berlebihan dalam konsep *All You Can Eat* (AYCE) berpotensi bertentangan dengan prinsip etika konsumsi Islam yang melarang perilaku berlebih-lebihan. Oleh karena itu, diperlukan pengendalian diri dan tanggung jawab moral dalam aktivitas konsumsi, khususnya bagi konsumen Muslim.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat kesenjangan antara perkembangan pesat industri kuliner dengan konsep AYCE dan perilaku konsumsi masyarakat yang ideal, khususnya dalam perspektif etika konsumsi Islam. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji pengaruh etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada layanan *All You Can Eat*.

Dalam memahami perilaku konsumsi Muslim, terdapat beberapa aspek yang dapat dikaji. Salah satu aspek tersebut adalah etika konsumsi Islam yang tidak hanya berkaitan dengan halal dan

haram, tetapi juga mencakup nilai keadilan, kemaslahatan, serta keberkahan dalam aktivitas ekonomi. Nurhayati & Hendar (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa etika konsumsi Islam secara signifikan memengaruhi sikap konsumen terhadap praktik bisnis dan keputusan pembelian. Hal serupa juga ditemukan oleh Alimusa dkk., (2024), yang mengungkapkan bahwa penerapan etika konsumsi Islam berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumsi yang mencerminkan nilai-nilai syariah. Disisi lain, penelitian Fahriyah (2023) menunjukkan bahwa etika konsumsi islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai etika konsumsi Islam dan perilaku konsumsi masih memerlukan pembuktian empiris lebih lanjut.

Selain itu, *Self-control* atau pengendalian diri juga menjadi aspek yang relevan dalam mengkaji perilaku konsumsi, karena berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan keinginan dan membatasi konsumsi secara berlebihan. Peneliti Anggraini & Hudaniah (2023) menunjukkan bahwa individu dengan *Self-control* tinggi cenderung mampu menahan perilaku konsumtif impulsif dan mengambil keputusan yang lebih rasional. Hal ini didukung penelitian Ulaya & Mujiasih (2020) yang menemukan bahwa individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung memiliki kemungkinan yang lebih rendah dalam melakukan konsumsi tidak terkontrol.

Selain etika konsumsi Islam dan *Self-control*, *Moral Identity* juga menjadi salah satu aspek yang relevan dalam mengkaji perilaku konsumsi. *Moral Identity* mencerminkan sejauh mana seseorang menjadikan nilai-nilai moral sebagai bagian dari jati dirinya. Penelitian Murtaza dkk., (Murtaza dkk., 2014) mengungkapkan bahwa identitas moral memiliki peran besar dalam membentuk perilaku etis konsumen Muslim. Sementara, Dewi dkk., (Dewi dkk., 2022) juga menemukan bahwa semakin kuat identitas moral seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk mengambil keputusan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai etika.

Di samping itu, *Lifestyle* atau gaya hidup juga menjadi salah satu aspek yang relevan dalam mengkaji perilaku konsumsi, terutama di era modern ketika aktivitas makan sering kali menjadi bagian dari gaya hidup sosial. Penelitian Fitrianna & Khoniah (2022) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hal serupa juga ditemukan oleh Faadhilah dkk., (2023) yang mengungkapkan bahwa *Lifestyle* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa KIP-K. Namun demikian, penelitian Sukma dan Canggih (2021) justru menemukan hal yg berbeda yaitu *Lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan *Lifestyle* dengan perilaku konsumsi masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada karakteristik responden dan konteks penelitian yang berbeda.

Ditinjau dari literatur tersebut, terlihat bahwa sebagian besar penelitian hanya fokus pada satu atau dua variabel. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang dengan menganalisis pengaruh etika konsumsi islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* studi pada konsumen muslim kota pekalongan.

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekalongan yang didasarkan pada berkembangnya fenomena *All You Can Eat* (AYCE) dalam beberapa tahun terakhir. Konsep ini tidak hanya berkembang pada restoran berskala besar, tetapi juga mulai diadopsi oleh pelaku usaha kecil dan menengah, sehingga menunjukkan bahwa AYCE telah menjadi bagian dari tren konsumsi masyarakat lokal. Selain itu, mengingat reputasi Kota Pekalongan yang dikenal luas sebagai kota santri sekaligus kota dengan aktivitas industri yang signifikan menjadi menarik untuk dikaji, khususnya dalam melihat bagaimana masyarakat Muslim merespons tren konsumsi AYCE, serta apakah nilai-nilai Islam masih menjadi pertimbangan utama dalam perilaku konsumsi. Namun demikian, kajian empiris yang secara khusus membahas perilaku konsumsi pada layanan AYCE di Kota Pekalongan,

terutama dalam perspektif etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle*, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi masyarakat, serta memperkaya wacana teoritis mengenai perilaku konsumen yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Secara praktis, temuan-temuan ini juga dapat membantu para pelaku bisnis dalam merumuskan strategi bisnis yang menekankan pertimbangan etis dan keberlanjutan jangka panjang.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kesadaran etika konsumsi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*?
2. Apakah *Self-control* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*?
3. Apakah *Moral Identity* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*?
4. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*?
5. Apakah etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:
 - a. Untuk menganalisis pengaruh etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi dalam konsep layanan *All You Can Eat*.
 - b. Untuk menganalisis pengaruh *Self-control* terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*.
 - c. Untuk menganalisis pengaruh *Moral Identity* terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*.
 - d. Untuk menganalisis pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat*.
 - e. Untuk menganalisis pengaruh etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* secara simultan

terhadap perilaku konsumsi dalam konsep layanan *All You Can Eat*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- i. Penelitian ini diharapkan mampu mendukung kemajuan pemahaman akademis, terutama terkait studi perilaku konsumen dan perspektif ekonomi Islam.
- ii. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan memperluas khazanah literatur terkait perilaku konsumsi pada masyarakat Muslim melalui penggabungan aspek etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* dalam konteks layanan restoran modern berbasis *All You Can Eat* (AYCE).
- iii. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada penelitian di masa mendatang dengan memberikan wawasan dan rujukan untuk mengkaji perilaku konsumen melalui kacamata etika Islam dan pengaruh psikologis.

b. Manfaat Praktis

- i. Bagi Pelaku Bisnis Kuliner
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam merancang konsep layanan yang tidak hanya mendukung tujuan bisnis, tetapi juga menekankan praktik konsumsi yang etis serta kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.
- ii. Bagi Masyarakat (Konsumen Muslim)
Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengendalian diri serta penerapan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas konsumsi agar tidak berlebihan.
- iii. Bagi Pemerintah Daerah atau Pihak Terkait
Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi mengenai perilaku konsumsi

masyarakat Muslim terhadap perkembangan tren kuliner modern di Kota Pekalongan. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan program pembinaan dan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya perilaku konsumsi yang bijak dan bertanggung jawab,

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap isi setiap bab yang dibahas dalam penelitian ini, disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, serta sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis. Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang diangkat oleh penulis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data

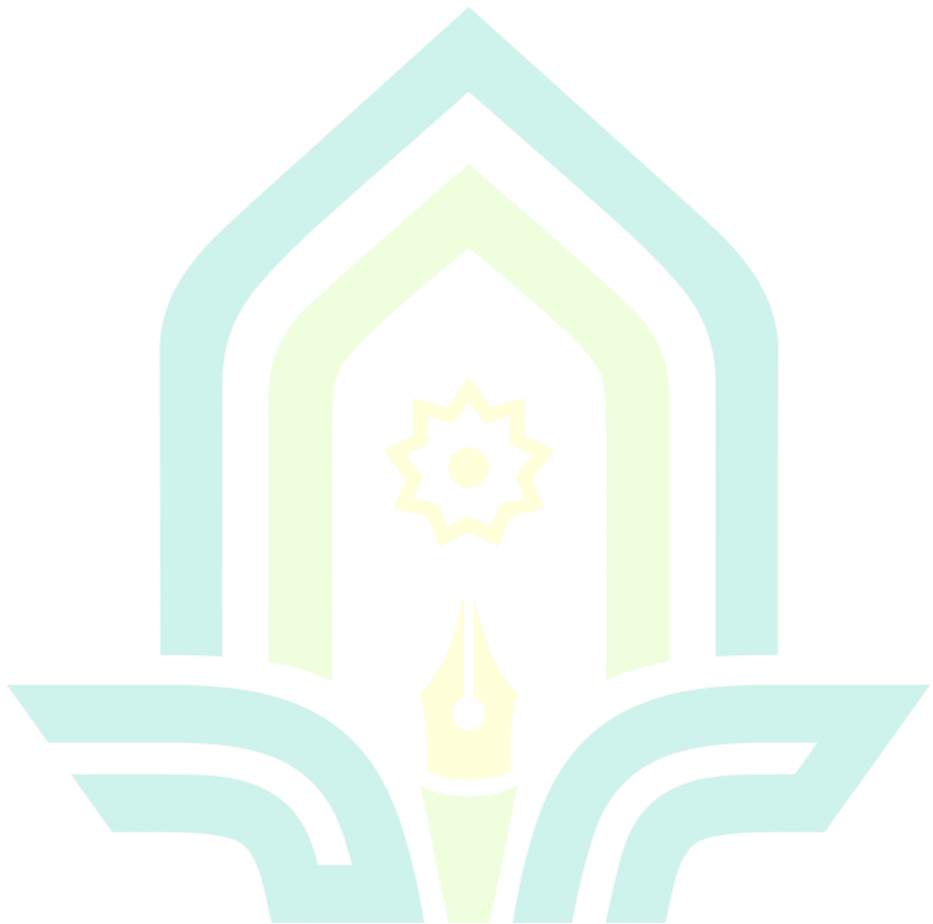
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi data, hasil analisis data, serta pembahasan terhadap signifikansi temuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan rangkuman hasil penelitian, serta penjabaran mengenai keterbatasan yang ada, sekaligus implikasi serta penjabaran mengenai keterbatasan

penelitian dan implikasi teoritis maupun penerapan praktis dari penelitian



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Merujuk pada hasil pengolahan data serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian mengenai pengaruh etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumsi pada layanan *All You Can Eat* di kalangan konsumen Muslim Kota Pekalongan menghasilkan simpulan sebagai berikut:

1. Etika konsumsi islam terbukti berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman dan penerapan etika konsumsi islam, maka semakin besar kecenderungan individu untuk mengonsumsi makanan secara wajar, menghindari perilaku berlebihan (*israf*), serta lebih mempertimbangkan aspek halal dan kemaslahatan dalam aktivitas konsumsi.
2. *Self-control* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, menahan godaan, serta mempertimbangkan konsekuensi konsumsi dapat membantu menciptakan perilaku konsumsi yang lebih terkontrol dan rasional.
3. *Moral Identity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat identitas moral seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan mempertimbangkan dampak sosial maupun etis dari setiap aktivitas yang dijalankan.

4. *Lifestyle* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Temuan ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* atau gaya hidup yang tercermin melalui setiap aktivitas, minat dan pendapat individu dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Konsumen dengan gaya hidup yang mengikuti tren kuliner dan aktivitas sosial tertentu cenderung memiliki pola perilaku konsumsi yang berbeda dalam memanfaatkan layanan *All You Can Eat*.
5. Secara simultan, etika konsumsi Islam, *Self-control*, *Moral Identity*, dan *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi pada konsep layanan *All You Can Eat* di Kota Pekalongan. Artinya, temuan ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku konsumsi konsumen Muslim dalam menggunakan layanan *All You Can Eat*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

2. Bagi Konsumen Muslim *All You Can Eat*
 - a. Konsumen diharapkan mampu menerapkan prinsip etika konsumsi Islam dalam aktivitas konsumsi sehari-hari, khususnya dalam layanan *All You Can Eat*, dengan menghindari perilaku berlebihan dan pemborosan makanan.
 - b. Konsumen juga diharapkan dapat meningkatkan *Self-control* dalam mengendalikan dorongan konsumsi agar lebih bijak dalam mengambil makanan sesuai kebutuhan dan kemampuan konsumsi.
 - c. Penting bagi konsumen untuk menjadikan nilai moral sebagai landasan dalam berperilaku konsumsi agar setiap keputusan yang diambil tidak hanya berfokus pada pemenuhan keinginan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan norma-norma yang berlaku.

3. Bagi Pelaku Usaha *All You Can Eat*

Pelaku usaha diharapkan dapat menyediakan layanan dan edukasi yang mendukung perilaku konsumsi yang lebih bijak, misalnya melalui kampanye anti food waste atau pemberian informasi terkait pentingnya konsumsi secara proporsional.

4. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan dapat meningkatkan kegiatan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya perilaku konsumsi yang bijak melalui berbagai program literasi, baik secara langsung maupun melalui media digital. Upaya tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat menjadi konsumen yang lebih bertanggung jawab tanpa menghambat perkembangan sektor usaha kuliner di Kota Pekalongan.

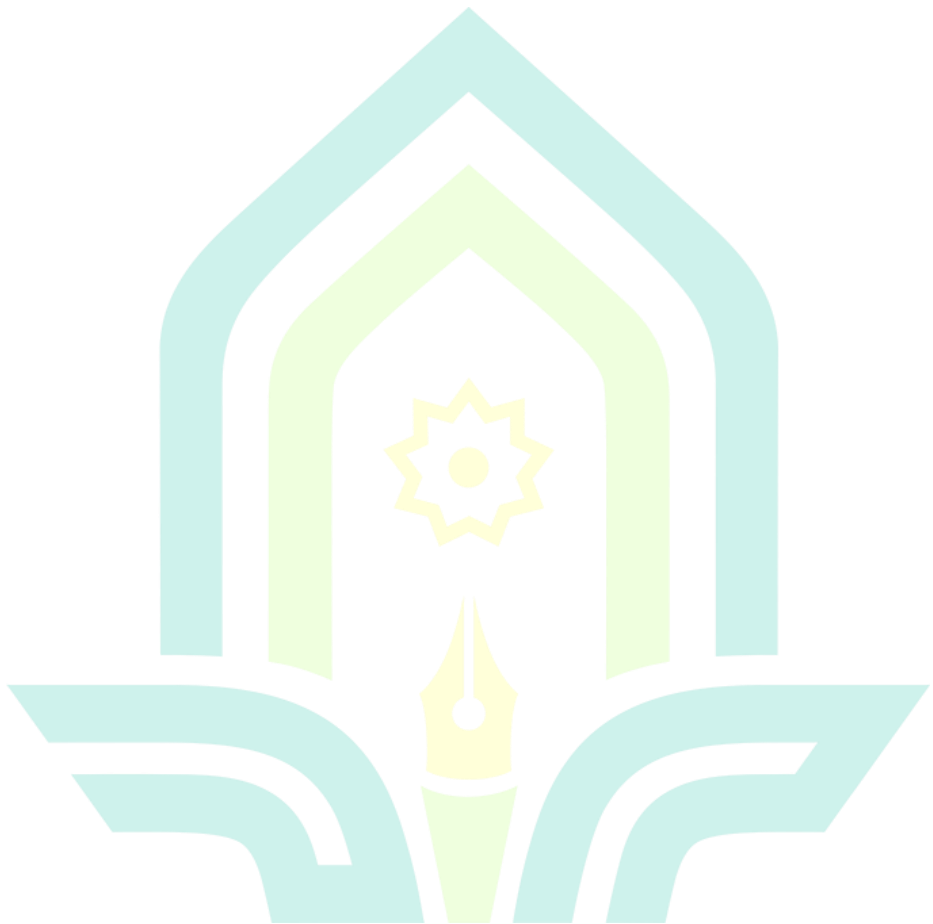
5. Bagi Peneliti Selanjutnya

e. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi, seperti tingkat pendapatan, literasi halal, pengaruh lingkungan pertemanan, promosi melalui media sosial, serta faktor-faktor relevan lainnya..

f. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas area penelitian dengan melibatkan responden dari wilayah yang lebih beragam, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumsi masyarakat..

g. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan pendekatan kuantitatif, tetapi juga mempertimbangkan pendekatan kualitatif maupun kombinasi keduanya (*mixed methods*). Pendekatan tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan konsumen dalam

memanfaatkan layanan *All You Can Eat*, termasuk pengalaman, motivasi, dan pertimbangan yang mendasari perilaku konsumsi mereka.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B. (2022). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1378–1385.
- Aisyah, M. (2017). Consumer Demand On Halal Cosmetics And Personal Care Products In Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 9(1), 125–142. [Http://Dx.Doi.Org/10.15408/Aiq.V9i1.1867](http://Dx.Doi.Org/10.15408/Aiq.V9i1.1867)
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [Https://Doi.Org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alimusa, L. O., Ratnasari, R. T., & Hasib, F. F. (2024). Determinants Of Halal Food Customer Behaviour In The Context Of Indonesia And Malaysia: A Systematic Literature Review. *Journal Of Islamic Accounting And Business Research, Ahead-Of-Print*(Ahead-Of-Print). [Https://Doi.Org/10.1108/JIABR-12-2023-0433](https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2023-0433)
- Anggraini, L. P., & Hudaniah, H. (2023). Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Rantau. *Cognicia*, 11(2), 140–148. [Https://Doi.Org/10.22219/Cognicia.V11i2.28074](https://doi.org/10.22219/Cognicia.V11i2.28074)
- Aquino, K., & Reed, A. (2002). The Self-Importance Moral Identity. *Journal Of Personality And Sosial Psychology*, 83(6), 1423–1440. [Http://Dx.Doi.Org/10.1037/0022-3514.83.6.1423](http://Dx.Doi.Org/10.1037/0022-3514.83.6.1423)
- Augusto. (1984). *Moral Identity: Its Role In Moral Functioning*. In *Moral Development*. Springer.
- Chung, E., & Lee, H. (2022). The Effect Of Moral Identity On Attitude Toward Subjectively Believing Consumption: The Role Of Self-Conscious Emotion And Customer Value. *Korean Management Review*, 51(1), 227–249. [Https://Doi.Org/10.17287/Kmr.2022.51.1.227](https://doi.org/10.17287/Kmr.2022.51.1.227)
- Gottfredson, M. R., & Hirschi, T. (1990). *A General Theory Of Crime*. Stanford University Press.

- Murtaza, G., Abbas, M., Raja, U., Roques, O., Khalid, A., & Mushtaq, R. (2014). Impact Of Islamic Work Ethics On Organizational Citizenship Behaviors And Knowledge-Sharing Behaviors. *Journal Of Business Ethics*, 133(2), 325–333. [Http://Dx.Doi.Org/10.1007/S10551-014-2396-0](http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2396-0)
- Nurfatimah, M., Suherti, H., & Kurniawan. (2023). Pengaruh Self Concept Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(4), 546–557. [Https://Doi.Org/10.55047/Jekombital.V1i4.486](https://doi.org/10.55047/Jekombital.V1i4.486)
- Nurhayti, T., & Hendar, H. (2019). Personal Intrinsic Religiosity And Product Knowledge On Halal Product Purchase Intention. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. [Https://Doi.Org/10.1108/Jima-11-2018-0220](https://doi.org/10.1108/Jima-11-2018-0220)
- Rohmana, Y. (2022). Consumption: Ethic Abbas, M., & Bashir, F. (2020). Having a green identity: Does pro-environmental self-identity mediate the effects of moral identity on ethical consumption and pro-environmental behaviour? (*Tener una identidad verde: ¿la identidad propia respetuosa con el medioambiente sirve de mediadora para los efectos de la identidad moral sobre el consumo ético y la conducta respetuosa con el medio ambiente?*). *Studies in Psychology*, 41(3), 612–643. <https://doi.org/10.1080/02109395.2020.1796271>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alexandra, Y., & Choirisa, S. F. (2024). Food Consumption Experiences: A Framework for Understanding Gen-Z's Behavioural Intentions on Indonesian Local Cuisine. *CBR - Consumer Behavior Review*, 8(1). <https://doi.org/10.51359/2526-7884.2024.257506>
- Al-Ghazali. (2002). *Ihya Ulumuddin (Terjemahan)*. Pustaka Azzam.

- Ali, A., Azzam, A., Khalfan, H., & Rahmawati, R. (2025). Analysis of the Influence of Islamic Values on the Consumer Culture of Muslim Students. *Seriat Ekonomisi*, 2(2), 52–60.
- Alimusa, L. O., Ratnasari, R. T., & Hasib, F. F. (2024). Determinants of halal food customer behaviour in the context of Indonesia and Malaysia: A systematic literature review. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2023-0433>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Anggraini, L. P., & Hudaniah, H. (2023). Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Rantau. *Cognicia*, 11(2), 140–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- Aquino, K., & Reed, A. (2002). The Self-Importance Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>
- Aurelia, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos. *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 7–14. <https://doi.org/10.31294/moneter.v11i1.17470>
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). *Handbook of Self-Regulation: Research, Theory, and Applications*. Guilford Press.
- Blasi, A. (1984). *Moral identity: Its role in moral functioning*. In *Moral development*. Springer.
- Chung, E., & Lee, H. (2022). The Effect of Moral Identity on Attitude toward Subjectively Believing Consumption: The Role of Self-Conscious Emotion and Customer Value. *Korean Management Review*, 51(1), 227–249. <https://doi.org/10.17287/kmr.2022.51.1.227>
- Dewi, C. K., Pradana, M., Huertas-García, R., Rubiyanti, N., & Syarifuddin, S. (2022). Developing halal consumer behavior and tourism studies: Recommendations for Indonesia and Spain.

- Frontiers in Psychology*, 13, 863130.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.863130>
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekalongan. (2026). *Data Agregat Kependudukan Semester II Tahun 2025*. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekalongan.
https://disdukcapil.pekalongankota.go.id/upload/file/file_20260406084940.pdf
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Kota Pekalongan*. Central Java Investment Platform Date: 2025 (kalau tidak ada tanggal jelas, bisa k. <https://cjip.jatengprov.go.id/detail-kabkota/kota-pekalongan>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8 ed.). Dryden Press.
- Fahriyah, S. (2023). *Pengaruh Self Control dan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. UNDIP.
- Gottfredson, M. R., & Hirschi, T. (1990). *A general theory of crime*. Stanford University Press.
- Inda Tri Listri, Supardi Mursalin, & Citra Liza. (2025). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi pada Masyarakat Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *Economic Reviews Journal*, 4(3).
<https://doi.org/10.56709/mrj.v4i3.853>
- Kahf, M. (1992). *The Theory of Consumption in Islamic Perspective*. Islamic Research and Training Institute (IRTI), Islamic Development Ban.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Pearson Education.
- Kurniasari, J. (2023). *Relationship between eating habits and self-control* [Undergraduate thesis]. IPB University.

- Lahagu, Y. S., & Zein, A. S. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Di Kota Padangsidempuan Dengan Pendapatan Orang Tua Sebagai Variabel Moderating*.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012)*. 9.
- Mankiw, N. G. (2007). *MAKROEKONOMI: Edisi Keenam* (6 ed.). Erlangga.
- Masnama, M., Irwandi, I., & Arifin, A. (2024). Internalisasi Etika dan Rasionalitas Ekonomi Islam terhadap Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. *El-Kahfi: Journal Of Islamic Economics*, 5(02), 232–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.58958/elkahfi.v5i02.338>
- Melinda, E., Supriyanto, A. S., & Ekowati, V. M. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3).
- Murtaza, G., Abbas, M., Raja, U., Roques, O., Khalid, A., & Mushtaq, R. (2014). Impact of Islamic Work Ethics on Organizational Citizenship Behaviors and Knowledge-Sharing Behaviors. *Journal of Business Ethics*, 133(2), 325–333. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2396-0>
- Nurfatimah, M., Suherti, H., & Kurniawan. (2023). Pengaruh Self Concept Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(4), 546–557. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i4.486>
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2019). Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/jima-11-2018-0220>
- Oktaviyanti, N. A. (2024). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Usia Dini Di Pondok Labu Jakarta Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Pemerintah Kota Pekalongan. (2025). *Geografi Kota Pekalongan*. Pemerintah Kota Pekalongan. <https://pekalongankota.go.id/>
- Philipp-Muller, A., Teeny, J. D., & Petty, R. E. (2022). Do consumers care about morality? A review and framework for understanding morality's marketplace influence. *Consumer Psychology Review*, 5(1), 107–124. <https://doi.org/10.1002/arcp.1072>
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Lifestyle Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37.
- Praselia, M. A. (2020). *Pengaruh Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sma Ar-Rahman Medan Tahun 2020*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Pujarnoko, M. (2018). Etika Komunikasi Verbal Dalam Penulisan Berita Di Media Online. *Jurnal Citra*, 6(1), 3.
- Rosyidi, S. (2000). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi & Makro*. PT Raja Grafindo Persada.
- Salciuvienė, L., Dovalienė, A., Gravelin, Ž., Vilkas, M., Oates, C., & Banytė, J. (2025). Examining moral identity and engagement with sustainable consumption at home and in the workplace. *EuroMed Journal of Business*, 20(4), 1052–1072. <https://doi.org/10.1108/EMJB-07-2023-0192>
- Santi, F. L., Arisandy, Y., & Liza, C. (2025). Pengaruh Lifestyle Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam (pada Generasi Z Di Kelurahan Babatan). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4).
- Sudarsono. (2002). *Kamus Hukum*. PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susminingsih, S. (2015). From Functional Into Positional Desire The Transforming of Ethical Consumer Decision on Religiosity Perspective. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 86. <https://doi.org/10.28918/jupe.v12i1.645>
- Tangney, J. P. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>

- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Junal Empati*, 9(4), 271–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>
- Yuniarti, G. A. (2021). *Ekonomi Mikro Suatu Pengantar* (2 ed.). Rajawali Press.
- Yana, R. (2022). Consumption Ethical Perspective Of Islamic Economics. *Review Of Islamic Economics And Finance*, 5(1), 79–92. <https://doi.org/10.17509/Rief.V5i1.52164>
- Sahnan, M., Ismail, N., & Al-Ayyubi, S. (2023). Analisis Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Shop. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 278–288. <https://doi.org/10.30997/Jsei.V9i2.11215>
- Salciuvienė, L., Dovalienė, A., Gravelinienė, Ž., Vilkas, M., Oates, C., & Banytė, J. (2024). Examining Moral Identity And Engagement With Sustainable Consumption At Home And In The Workplace. *Euromed Journal Of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-07-2023-0192>
- Tangney, J. P. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72(2), 271–324. <http://dx.doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Junal Empati*, 9(4), 271–279. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>
- Wahyu Tri Utami & Tri Ratna Pamikatsih. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay Di Surakarta. *Seminar*

Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 2, 350–359.

<https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol2.2023.140>

Wang, Y.-H. (2014). *All You Can Eat: Behavioral Evidence From Taiwan*. 7(2).

