

**PERILAKU BELANJA *ONLINE* MUSLIM GENERASI Z
KECAMATAN MOJOSARI-MOJOKERTO
PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAMI**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Magister Ekonomi Syariah



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh

Muhammad Fajrul Falah
NIM. 02040322038

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Muhammad Fajrul Falah
Nim : 02040322038
Program : Magister (S-2)
Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya 04 Januari 2024

Saya yang menyatakan,



Muhammad Fajrul Falah

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Perilaku Belanja *Online* Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Perspektif Konsumsi Islami” yang ditulis oleh Muhammad Fajrul Falah ini telah disetujui pada tanggal 31 Maret 2024

Pembimbing I



Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008

Pembimbing II



Dr. H. Abdul Hakim, MEI.
NIP. 197008042005011003

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis dengan judul “Perilaku Belanja *Online* Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Perspektif Konsumsi Islami” yang disusun oleh Muhammad Fajrul Falah, NIM 02040322038 ini telah diuji dalam Munaqosah Tesis pada tanggal 14 Maret 2024:

Tim Penguji:

1. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.EI
NIP. 198106062009012008

(Ketua)



2. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.
NIP. 197008042005011003

(Sekretaris)



3. Dr. Mustofa, S.Ag., M.EI
NIP. 197710302008011007

(Penguji 1)



4. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005

(Penguji 2)



Surabaya, 31 Maret 2024



Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA., Ph.D
NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Fajrul Falah
NIM : 02040322038
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Magister Ekonomi Syariah
E-mail address : muhammadfajrulalah78@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PERILAKU BELANJA *ONLINE* MUSLIM GENERASI Z KECAMATAN MOJOSARI-MOJOKERTO
PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAMIS

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Juli 2024

Penulis

(Muhammad Fajrul Falah)

ABSTRAK

Tesis ini berjudul “Perilaku Belanja *Online* Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Perspektif Konsumsi Islami”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku belanja *online* Muslim generasi Z di Kecamatan Mojosari-Mojokerto, dan untuk menganalisis perilaku belanja *online* Muslim generasi Z di Kecamatan Mojosari-Mojokerto perspektif konsumsi Islami.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengambilan data dengan cara wawancara dan dokumentasi kepada para informan Muslim generasi Z Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto yang di ambil dari 5 kelompok/komunitas untuk menggali pengalaman konsumsi belanja *online* di *e-commerce*, serta bagaimana analisis perspektif Islam yaitu perilaku konsumsi Islami dan rasionalitas ekonomi Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, dari sisi faktor permintaan: 1) Pendapatan berhubungan dengan tingkat belanja *online*. 2) Harga sangat penting dalam membentuk keputusan pembelian. 3) Selera setiap individu berbeda-beda, ada konsumen yang suka produk murah dan ada juga yang suka produk mahal. 4) Hampir semua informan menyatakan respon positif terhadap insentif ekonomi (diskon/promo). Lalu dalam hal berlangganan, setiap informan memiliki kepentingan masing-masing, sehingga ada yang merasa perlu berlangganan dan ada yang merasa tidak perlu. 5) Tidak semua konsumen menjadikan *bestseller product* sebagai indikator pembelian. *Kedua*, berdasarkan perspektif Islam perilaku informan dijelaskan antara lain: 1) Kualitas dan produk original menjadi tolak ukur mereka dalam menentukan keputusan. 2) Informan membeli barang berdasarkan *rating*, harga, deskripsi, ulasan pengguna dan *bestseller*, sehingga dari data informasi tersebut transaksi belanja *online* menjadi transparan dan jujur. 3) Hampir semua informan berbelanja karena memang kebutuhan, serta menyesuaikan kemampuan finansial, dan kebanyakan informan rata-rata hanya belanja 1-2 kali perbulan. 4) Para informan tidak membeli kategori barang yang dilarang Islam, mereka justru melahirkan perputaran roda ekonomi. 5) Mayoritas informan memasukan ke keranjang akun terlebih dahulu sebelum membeli barang untuk menghindari impulsif, dan mayoritas dari mereka menggunakan fitur bayar ditempat (COD) dan *shopeepay*, sehingga tidak melanggar aturan agama.

Saran penelitian yaitu: 1) Bagi calon konsumen maupun yang telah menjadi konsumen sebaiknya lebih teliti dalam melakukan praorder suatu barang di *e-commerce*. 2) Bagi produsen sebaiknya memberikan informasi produk yang lebih detail, transparan dan jujur. 3) Bagi peneliti selanjutnya, dengan perbedaan wilayah (lokasi) dan perkembangan teknologi, kedepannya mungkin akan didapati perbedaan perilaku konsumen pada belanja *online* di *e-commerce*. 4) Bagi pengambil kebijakan diharap dapat memberikan sebuah regulasi yang akan memberikan manfaat untuk perekonomian digital.

Kata Kunci: Perilaku Ekonomi, Muslim Generasi Z, Belanja *Online*, Konsumsi Islami.

ABSTRACT

This thesis is entitled “Online Shopping Behavior of Generation Z Muslim in Mojosari-Mojokerto Subdistrict Perspective of Islamic Consumption”. This research aims to identify the online shopping behavior of Generation Z Muslim in Mojosari-Mojokerto Subdistrict and to analyze the online shopping behavior of Generation Z Muslim in Mojosari-Mojokerto Subdistrict from the perspective of Islamic consumption.

The research method used in this study is descriptive qualitative. Data collection was carried out through interviews and documentation with Muslim informants of Generation Z in Mojosari Subdistrict, Mojokerto Regency, selected from 5 groups/communities to explore their experiences of online shopping consumption on e-commerce platforms, as well as how Islamic consumption behavior and Islamic economic rationality are analyzed.

The research findings indicate that: First, from the demand side: 1) Income is related to the level of online shopping. 2) Price is crucial in forming purchasing decisions. 3) Each individual's taste varies, with some consumers preferring inexpensive products while others prefer expensive ones. 4) Almost all informants express positive responses to economic incentives (discounts/promotions). Regarding subscriptions, each informant has their own interests, so some feel the need to subscribe while others do not. 5) Not all consumers use bestseller products as a purchasing indicator. Second, based on the Islamic perspective, informant behaviors are explained as follows: 1) Quality and original products are their benchmarks in making decisions. 2) Informants purchase goods based on ratings, prices, descriptions, user reviews, and bestsellers, making online shopping transactions transparent and honest based on this information data. 3) Almost all informants shop out of necessity, adjusting to financial capabilities, with most informants shopping only 1-2 times per month on average. 4) The informants do not purchase categories of goods prohibited by Islam; instead, they contribute to economic activity. 5) The majority of informants add items to their carts first before purchasing to avoid impulsivity, and most of them use features like cash on delivery (COD) and ShopeePay, thus not violating religious rules.

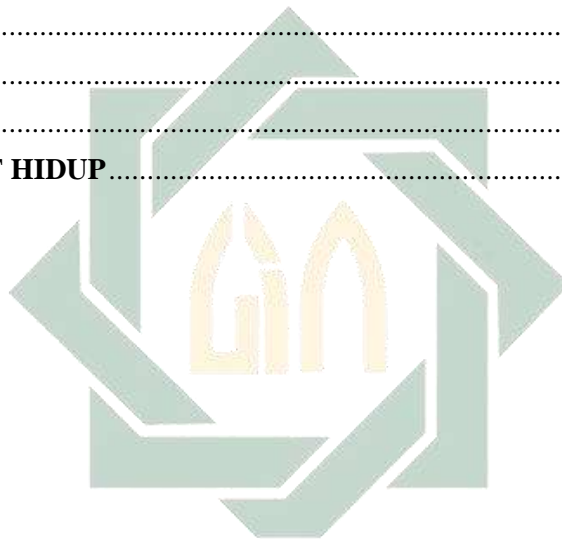
Research suggestions are: 1) For prospective consumers as well as existing ones, it is advisable to be more meticulous in pre-ordering a product on e-commerce platforms. 2) For producers, it is advisable to provide more detailed, transparent, and honest product information. 3) For future researchers, considering regional differences and technological advancements, there may be variations in consumer behavior towards online shopping on e-commerce platforms. 4) For policymakers, it is hoped that regulations can be implemented to benefit the digital economy.

Keywords: Economic Behavior, Generation Z Muslims, Online Shopping, Islamic Consumption.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
ABSTRAK	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
TRANSLITERASI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	18
C. Rumusan Masalah	19
D. Tujuan Penelitian	19
E. Kegunaan Penelitian	19
F. Kerangka Teoritik	20
G. Penelitian Terdahulu	24
H. Metode Penelitian	34
BAB II KAJIAN TEORI	41
A. Teori Permintaan	41
B. Teori Penawaran	44
C. Perilaku Konsumen	46
D. Perilaku Konsumsi Islami	47
BAB III PERILAKU BELANJA ONLINE MUSLIM GENERASI Z KECAMATAN MOJOSARI-MOJOKERTO	54
A. Pengalaman Belanja <i>Online</i> Muslim generasi Z di Kecamatan Mojosari- Mojokerto Berbasis Pada 5 Komunitas	54

BAB IV PERILAKU BELANJA ONLINE MUSLIM GENERASI Z KECAMATAN MOJOSARI-MOJOKERTO PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAMI.....	65
A. Perilaku Belanja <i>Online</i> Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto.....	65
B. Perilaku Belanja <i>Online</i> Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari-Mojokerto Perspektif Konsumsi Islami.....	75
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	99



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GRAFIK

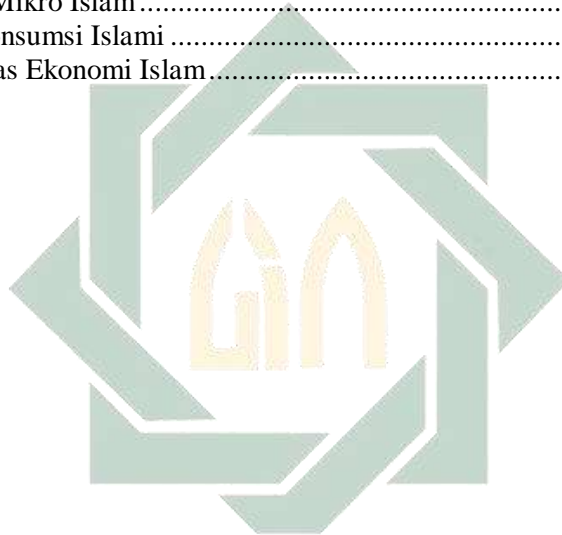
Grafik 1.1 Pertumbuhan E-commerce	2
Grafik 1.2 Pertumbuhan E-commerce di Indonesia.....	3
Grafik 1.3 PDB Perkapita Indonesia.....	11



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

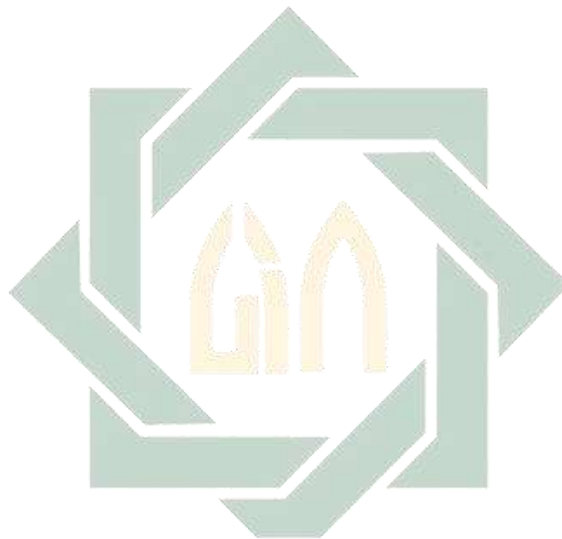
Gambar 1.1 User Market Share dan Persentase Alat Pembayaran	4
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Konsumen E-commerce	5
Gambar 1.3 Proporsi Populasi generasi Z	6
Gambar 1.4 Proporsi Wilayah Muslim generasi Z	7
Gambar 1.5 Proporsi generasi Z Jawa Timur	8
Gambar 1.6 Konsumen Berdasarkan Kelompok Umur	8
Gambar 2.1 Kurva Teori Permintaan	44
Gambar 2.2 Kurva Teori Penawaran	46
Gambar 2.3 Ekonomi Mikro Islam	48
Gambar 4.1 Prinsip Konsumsi Islami	80
Gambar 4.2 Rasionalitas Ekonomi Islam	84



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Agama Penduduk Jawa Timur Tahun 2021	14
Tabel 1.2 Jumlah generasi Z Mojosari-Mojokerto	17



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Sultan, and Amirullah. "Anies Baswedan Singgung Ketimpangan Pembangunan Daerah." *nasional.tempo.co*, 2024. <https://nasional.tempo.co/read/1828990/anies-baswedan-singgung-ketimpangan-pembangunan-daerah>.
- Afrina, Dita, and Siti Achiria. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 23–38.
- Agustina, Rizky Dwi. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Aini, Aula Izatul, and Aushofun Niha. "Impulse Buying Behavior Santri Perspektif Masalah Imam Al-Ghazali." *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam* 12, no. 1 (2020): 17–33.
- Aji. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Ali, Bayad Jamad. "Impact of COVID-19 on Consumer Buying Behavior Toward Online Shopping in Iraq." *Economic Studies Journal* 18, no. 03 (2020): 267–80.
- Amalia, Rifa, and Sylvia Rozza. "Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dan Kosmetik Halal (Studi Pada Generasi Z Di DKI Jakarta)." *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 9, no. 2 (2022): 1680–90. <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688>.
- Andalasari, Lilis, and Taufik Ridwan. "Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon." *GLOSAINS: Jurnal Sains Global Indonesia* 3, no. 1 (2021): 17–29.
- Anggraini, Misi, Helda Nusrida, and Neng Kamarni. "Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi UIN Imam Bonjol)." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 52–64.
- Arif, M. Nur Rianto Al, and Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Arisandi, Fani. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Azizah, Nahfatin. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Azmi, Syahfrilla Al Risa Nurul, Yunda Herliana, and Dini Lestari. "Penggunaan Aplikasi Bealanja Online Perilaku Impulse Buying Mahasiswa FEBI UINSU." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023): 3690–99.
- Bobby. "Wawancara." Mojokerto, 2023.

- BPS Kab. Mojokerto. "Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mojokerto Tahun 2022." *Berita Resmi Statistik*. Mojokerto, 2023. <http://www.mojokertokab.bps.go.id>.
- Bulacan, John Evan S., Joseph C. Co, Beatriz Chrisanne S. Milan, and Ronald R. Fernandez. "Impact of Price, Time, Trust, and Convenience to Shopee Consumers' Online Shopping Behavior." *IJOSMAS: International Journal of Social and Management Studies* 3, no. 4 (2022): 34–47. <https://www.ijosmas.org>.
- Chevalier, Stephanie. "Retail E-commerce Sales Worldwide From 2014 to 2026." *statista*, 2022. <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/#statisticContainer>.
- Christianti, Yana Dwi, Vaisal Amir, and RB. Iwan Noor Suhasto. "Paradoks Konsumerisme 'Manusia Akuntansi' Studi Fenomenologi Transendental Perilaku Konsumsi Di Era Industri 4.0 Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 5, no. 02 (2021): 1055–65. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2626>.
- Clinton, Bill, and Oik Yusuf. "Sejarah Amazon, Toko Buku Online Yang Berubah Jadi Raksasa Marketplace." *Kompas*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/05/20210037/sejarah-amazon-toko-buku-online-yang-berubah-jadi-raksasa-marketplace?page=all>.
- Dahmiri, Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, and Raja Sharah Patricia. "Scarcity Cues, Fear of Missing Out, and Impulse Buying Behavior in Fashion Product: The Role of Islamic Religiosity." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2023): 67–80.
- Devi, Arya. "DCO 2030: Digital Economy to Contribute 30% of Global GDP and Create 30 Million Jobs by 2030." *edge*, 2023. <https://www.edgemiddleeast.com/business/dco-2030-digital-economy-to-contribute-30-of-global-gdp-and-create-30-million-jobs-by-2030#:~:text=According to the World Bank,GDP of the physical world>.
- Deviyana, Nia. "20 Tahun Perjalanan Alibaba, Dari Ritel Kecil Hingga Jadi Raksasa Bisnis." *Medcom.id*, 2019. <https://www.medcom.id/ekonomi/globals/GNIYLIBb-20-tahun-perjalanan-alibaba-dari-ritel-kecil-hingga-jadi-raksasa-bisnis#:~:text=April 1999%3A Perjalanan Dimulai,sebuah grosir daring berbahasa Inggris>.
- Dharmesti, Maria, Theresia Rasika Seta Dharmesti, Sarah Kuhne, and Park Thaichon. "Understanding Online Shopping Behaviours and Purchase Intentions amongst Millennials." *Emerald Insight: Young Consumers* 22, no. 1 (2019): 152–67. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0922>.
- Dhiba, Puteri Farah, Ahmad Nizam, and Azimah Dianah. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Sikap Terhadap Perilaku Mahasiswa Pengguna Produk Kecantikan Korea Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry." *Ekobis Syariah* 4, no. 2 (2020): 1–12.

<https://doi.org/10.22373/ekobis.v4i2.10050>.

- Djafarova, Elmira, and Tamar Bowes. “Instagram Made Me Buy It’: Generation Z Impulse Purchases in Fashion Industry.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 59 (2021): 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>.
- Ermawati. “Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying.” *Bilancia* 15, no. 1 (2021): 103–24.
- Fauziah, Rosyda Nur. “Mengenal Apa Itu Paypal: Pembayaran Digital Lintas Negara.” *Gramedia*, 2023. <https://www.gramedia.com/best-seller/paypal/#:~:text=Paypal adalah suatu perusahaan layanan,merupakan salah satu pendiri Paypal.>
- Feri. “Wawancara.” Mojokerto, 2023.
- Furqon, Imahda Khoiri. “Teori Konsumsi Dalam Islam.” *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 06, no. 1 (2018): 1–18. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1169>.
- Gupta, N, J Jagose, and A Mulye. “The Shifts in Millennial Consumer Behaviour Due To Disruption Caused By Digital Wallets in India.” *Academy of Marketing Studies Journal* 26, no. 5 (2022): 1–7.
- Hafid, Abdul. “Wawancara.” Mojokerto, 2024.
- Halimah, Sri Sudiarti, and Muhammad Ikhsan Harahap. “Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Pada Fintech Ovo Dan Go-Pay Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UINSU).” *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan* 13, no. 2 (2022): 70–79.
- Hamli, Sarah S. Al, and Abu Elnasr E. Sobaih. “Factors Influencing Consumer Behavior towards Online Shopping in Saudi Arabia Amid COVID-19: Implications for E-Businesses Post Pandemic.” *Journal of Risk and Financial Management* 16, no. 36 (2023): 1–21. <https://doi.org/10.3390/jrfm16010036>.
- Hanum, Yulia Novita. “Wawancara.” Mojokerto, 2023.
- Harahap, Isnaini, Marliyah, Nasution, Yenni Samri Juliati, and Rahmi Syahriza. *Hadis Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Hartsetyo, Angelia Putri, Irene Kurnianingtyas, Nabillah Nur Wahyuni, and Verene Barbie. “Pengaruh E-Lifestyle Sebagai Bentuk Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.” *Jurnal Mahasiswa Indonesia* 1, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.11111/jmi.xxxxxxx>.
- Hasan, Irfa’. “Wawancara.” Mojokerto, 2024.
- Hidayati, Syafaatul. *Teori Ekonomi Mikro*. Edited by Saiful Anwar and Ubaid Al Faruq. Cetakan pe. Tangerang Selatan: Unpam Press, 2019. http://eprints.unpam.ac.id/8598/1/MODUL_UTUH_TEORI_EKONOMI

MIKRO.pdf.

- Hossain, Mohammad Kamal, Md Abdus Salam, and Sheikh Sakib Jawad. "Factors Affecting *Online* Shopping Behavior in Bangladesh: A Demographic Perspective." *IJBES: International Journal of Business Ecosystem & Strategy* 4, no. 3 (2022): 13–22. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i3.351>.
- Ibrahim, Azharsyah, Erika Amelia, Nashr Akbar, Nur Kholis, Suci Aprilliani Utami, and Nofrianto. *Pengantar Ekonomi Islam*. Edited by Rifki Ismal, Ali Sakti, M. Soleh Nurzaman, and Luqyan Tamanni. Edisi Pert. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021.
- Idris, Muhammad. "UMR Kota Mojokerto Dan Kabupaten Mojokerto 2023 Terbaru." *money.kompas.com*, 2023. https://money.kompas.com/read/2023/02/03/163249526/umr-kota-mojokerto-dan-kabupaten-mojokerto-2023-terbaru?page=all#google_vignette.
- Itsnaeni, Faqihah Muharroroh. "Deforestasi Di RI Tembus 4,5 Juta Hektar, Nikel Penyebab Terbesar." *kompas.com*, 2024. <https://lestari.kompas.com/read/2024/02/13/150000486/deforestasi-di-ri-tembus-4-5-juta-hektar-nikel-penyebab-terbesar?page=all>.
- Izzah, Nadiazilla. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Jama'adi. "Statistik Daerah Kabupaten Mojokerto 2022," 2022.
- Jayani, Dwi Hadya. "Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia." *databoks.katadata.co.id*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.
- Jayanti, Nabila. "Market Share *E-commerce* Di Indonesia: Shopee 36%, Tokopedia 35%, TikTok 5%." *kumparan*, 2023. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/market-share-e-commerce-di-indonesia-shopee-36-tokopedia-35-tiktok-5-21GS0aJhcVx/full>.
- Kaharidoni, Arohma Putri, and Yulia Anggraini. "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar Kpop Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Iain Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah)." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 139–56. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.736>.
- Komala, Cucu. "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali." *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 248–66. <https://doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>.
- Kredivo dan Katadata Insight Center. "Laporan Perilaku Konsumen *E-commerce* Indonesia 2023," 2023. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/06/14/laporan-perilaku-konsumen-e-commerce-indonesia-2023>.

- Kusnandar, Deasy Lestary, Dian Kurniawan, and Nana Sahroni. "Pengaruh Mental Accounting Pada Generasi Z Terhadap Financial Behaviour Pada Masa Pandemi COVID 19 Dengan Dimediasi Gaya Hidup." *Valid: Jurnal Ilmiah* 19, no. 2 (2022): 97–106. <https://doi.org/10.53512/valid.v19i2.213>.
- Kusnandar, Viva Budy. "Sebanyak 97% Penduduk Jawa Timur Beragama Islam Pada Juni 2021." *databoks.katadata*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/18/sebanyak-97-penduduk-jawa-timur-beragama-islam-pada-juni-2021>.
- Larasati, Ayu, and Rachma Indrarini. "Kekuatan Jenis Kelamin Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2020): 167–74.
- Lestari, Nelly, Putri Aisha Pasha, Merisa Oktapianti, Nnanda Oktariani, and Heni Noviarita. "Teori Pembangunan Ekonomi." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2, no. 2 (2021): 113–28. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9071>.
- Maharani, Dewi, and Taufiq Hidayat. "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 409–12. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>.
- Manihuruk, Vebertina. "E-commerce Dorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional, Belanja Makanan Dan Minuman Jadi Yang Terbanyak." *Pikiran Rakyat*, 2023. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-017146836/e-commerce-dorong-pertumbuhan-ekonomi-nasional-belanja-makanan-dan-minuman-jadi-yang-terbanyak?page=3>.
- Mankiw, N. Gregory, Euston Quah, and Peter Wilson. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Edited by Barley Nicodemus Hutagalung and Biro Bahasa Alkemis. Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Mannan, M.A. *Ekonomi Islam: Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1993.
- Melis. "Prinsip Dan Batasan Konsumsi Islami." *Islamic Banking* 1, no. 1 (2015): 13–19.
- Mojokerto, Badan Pusat Statistik Kabupaten. "Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Yang Dianut, 2019." mojokertokab.bps.go.id, 2020. <https://mojokertokab.bps.go.id/statictable/2020/06/23/258/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-2019.html>.
- Mojokerto, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten. "Jumlah Penduduk Kabupaten Mojokerto Tahun 2020." mojokertokab.go.id, 2023. <https://mojokertokab.go.id/data-dan-statistik/kependudukan>.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi revi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

- Muharromah, Gabriele Lailatul, Lilik Rahmawati, and Ani Lutfiyah. "Perilaku Konsumsi Santri Milenial Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Iqtisaduna* 7, no. 2 (2021): 153–62. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/24786%0Ahttp://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/download/24786/12426>.
- Murtasyah, Nabila Dewi. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Muslim, Abdul. "Konsumen Di Pulau Jawa Berkontribusi 83% Terhadap Transaksi E-commerce." investor, 2023. <https://investor.id/business/334672/konsumen-di-pulau-jawa-berkontribusi-83-terhadap-transaksi-ecommerce>.
- Mustajab, Ridhwan. "Rerata Pendapatan Penduduk RI Naik Jadi Rp71 Juta Pada 2022." dataindonesia.id, 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/rerata-pendapatan-penduduk-ri-naik-jadi-rp71-juta-pada-2022>.
- Nadiyyah. "Wawancara." Mojokerto, 2024.
- Nasiruddin. "Wawancara." Mojokerto, 2024.
- Nasution, Eri Yanti, and Efray Kurnia. "Perilaku Konsumen Gen Y Dan Gen Z Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian: Studi Komparatif Japanese Food Dan American Food Generation Y and Generation Z Consumer Behavior in Purchasing Decision Making: A Comparative Study of Japanese Food and American Fo." *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 21, no. 1 (2021): 64–75.
- Nasution, Hamidah Fadly, Marliyah, and Neila Susanti. "Tinjauan Sosiologi Ekonomi Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Pada Pasar Virtual Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 1 (2022): 63–70.
- Neger, Meher, and Burhan Uddin. "Factors Affecting Consumers' Internet Shopping Behavior During the COVID-19 Pandemic: Evidence From Bangladesh." *Chinese Business Review* 19, no. 3 (2020): 91–104. <https://doi.org/10.17265/1537-1506/2020.03.003>.
- Ningcahya, Iin Ratih, and Lilik Rahmawati. "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)." *Al Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2020): 52–63. <https://doi.org/10.31602/iqt.v6i1.2759>.
- Nisa. "Wawancara." Mojokerto, 2023.
- Oktora, Rizqy, Adriyani Syakilah, Adam Luthfi Kusumatriana, Evan Fernando, Atika Nashirah Hasyiyati, Vera Citra Wulandari, Rima Untari, and Tri Sutarsih. "Statistik ECommerce 2022," 2022.
- Pratiwi, Intan, and Lida Puspaningtyas. "BPS: Sektor Pertanian Masih Jadi

Kontributor PDB.” ekonomi.republika.co.id, 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s54si9502/bps-sektor-pertanian-masih-jadi-kontributor-pdb>.

Pratomo, Dimas, and Liya Ermawati. “Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta).” *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2019): 240–52.

Putra, Muhammad Deni, Darnela Putri, and Frida Amelia. “Prinsip Konsumsi 4K + 1M Dalam Perspektif Islam.” *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’ah Dan Perbankan Islam* 4, no. 1 (2019): 23–45. <https://doi.org/10.32923/asy.v4i1.880>.

Rainer, Pierre. “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z.” [goodstats.id](https://data.goodstats.id), 2023. https://data.goodstats.id/statistic/sarahjauhari/persentase-pendidikan-terakhir-penduduk-usia-kerja-indonesia-2023-heOIS?utm_campaign=read-infinite&utm_medium=infinite&utm_source=internal.

Ramadani, M. Rizki, and Cinta Widya Riska. “Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU).” *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2023): 129–41.

Ranti, Soffya, and Wahyunanda Kusuma Pertiwi. “Sejarah World Wide Web Atau WWW, Penemunya Tim Berners Lee Tahun 1989.” *Kompas*, 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2022/02/13/18450077/sejarah-world-wide-web-atau-www-penemunya-tim-berners-lee-tahun-1989?page=all>.

Rizaty, Monavia Ayu. “Penjualan *E-commerce* Mobile Diproyeksi Capai US\$2,17 T Pada 2023.” dataindonesia.id, 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/penjualan-ecommerce-mobile-diproyeksi-capai-us217-t-pada-2023>.

———. “Transaksi *E-commerce* RI Tak Capai Target Pada 2022.” dataindonesia.id, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ri-tak-capai-target-pada-2022>.

Romadhona, Fitriatul. “Wawancara.” Mojokerto, 2023.

Rosariana, Bernadeta. “Generasi ‘Milenial’ Dan Generasi ‘Kolonial.’” www.djkn.kemenkeu.go.id, 2021. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknlpontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>.

Salim, and Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Haidir. Cetakan Ke. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Salwanisa, Estetia Adistsany, and Ira Wikartika. “Digital Marketing Analysis on the Consumer Decision-Making Process of Millennials and Gen Z Generation Groups on the TikTok Application.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 11, no. 2 (2022): 112–25.

<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v1i1i2.17374>.

Saputra, Hendra. "Wawancara." Mojokerto, 2024.

Sari, Novi Winda, Eka Sri Wahyuni, and Andi Harpepen. "Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan *Online Shop* Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam." *Journal Economy and Currency Study (JECS)* 4, no. 2 (2022): 12–18. <https://doi.org/10.51178/jecs.v4i2.665>.

Shihab, M Quraisy. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Volume 5. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Sifa. "Wawancara." Mojokerto, 2023.

Stephanie, Conney, and Reska K. Nistanto. "Sejarah 14 Tahun Perjalanan iPhone Dari Masa Ke Masa." *Kompas*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/01/13/18320087/sejarah-14-tahun-perjalanan-iphone-dari-masa-ke-masa?page=all>.

Subekti, Rahayu, and Lida Puspaningtyas. "Konsumsi Rumah Tangga Masih Penyumbang Utama PDB." *ekonomi.republika.co.id*, 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s3phm5502/konsumsi-rumah-tangga-masih-penyumbang-utama-pdb>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sukirno, Firla Setyo, and Sugeng Harianto. "Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area Di Kota Mojokerto." *Paradigma* 5, no. 1 (2017): 1–10. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/18102>.

Sulistianti, Rossy Ayu, and Nugraha Sugiarta. "Konstruksi Sosial Konsumen *Online Shop* Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada *Online Shop* Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6, no. 1 (2022): 3456–66. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>.

Syaparuddin. *Ilmu Ekonomi Mikro Islam (Peduli Masalah vs Tidak Peduli Masalah)*. Edited by Jumriani. Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2017.

Tempo. "Kampanye Shopee 9.9 Sukses Bantu UMKM Bertumbuh." *bisnis.tempo.co*, 2022. <https://bisnis.tempo.co/read/1633643/kampanye-shopee-9-9-sukses-bantu-umkm-bertumbuh>.

Thohir, Muhammad, Aprilia Indah Sari, and Erhasah Nuril Aini. "Konsumerisme Dan *E-commerce*: Perilaku Konsumen *Online* Saat Pandemi Dalam Tinjauan Pendidikan Ekonomi Islam." *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi* 12, no. 2 (2021): 121–36. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case->

a7e576e1b6bf.

- Timur, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Provinsi Jawa Timur (Jiwa) 2022.” bps.go.id, 2023. <https://jatim.bps.go.id/statistable/2023/04/06/2639/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-jawa-timur-jiwa-2022.html>.
- Waluyo, Dwitri. “Investasi Di Sektor Manufaktur Terus Naik.” www.indonesia.go.id, 2024. <https://www.indonesia.go.id/kategori/editorial/7989/investasi-di-sektor-manufaktur-terus-naik?lang=1>.
- Widi, Shilvina. “Ada 68,66 Juta Generasi Z Di Indonesia, Ini Sebarannya.” dataindonesia.id, 2022. <https://dataindonesia.id/varia/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>.
- Widiyanti, Reni, and Khusnul Fikriyah. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Cashback Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Pengguna ShopeePay.” *Eduonomika* 07, no. 01 (2023): 1–12.
- Wong, NgaiChing. “Research on the Effect of Social Media on the *Online Shopping Behavior of Chinese Millennials.*” *SHS Web of Conferences* 148, no. 03022 (2022): 1–5. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214803022>.
- Yuhenny, Dwi. “Kabupaten Mojokerto Dalam Angka.” *BPS Kabupaten Mojokerto*. Vol. 0215–4358. Mojokerto, 2024. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonso-ciety.com/downloads/reports/Educa>.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Edited by Irfan Fahmi and Suwito. Cetakan ke. Jakarta: Kencana, 2017.
- Zakiah, Selviana. “Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 02, no. 02 (2022): 180–94. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>.
- Zaroni, Akhmad Nur. “Landasan Filosofis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional.” *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 10, no. 1 (2012): 55–68.