

PERILAKU KONSUMEN MUSLIM PADA SWALAYAN PESANTREN DI MADURA

DISERTASI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Mendapatkan Gelar Doktor
dalam Bidang Ekonomi Syariah



Disusun oleh:

AH. SHIBGHATULLAH MUJADDIDI
NIM: 01040223009

**PROGRAM STUDI DOKTOR EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ah. Shibghatullah Mujaddidi

NIM : 01040223009

Program : Doktor (S-3)

Institusi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya

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

Surabaya, 31 Maret 2026

Saya yang menyatakan,



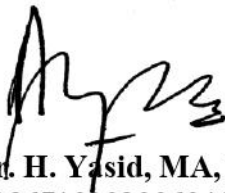
Ah. Shibghatullah Mujaddidi

Persetujuan Promotor

Disertasi yang berjudul “Perilaku Konsumen Muslim Pada Swalayan Pesantren di Madura” yang ditulis oleh Ah. Shibghatullah Mujaddidi (NIM: 01040223009) ini telah disetujui pada tanggal 28 Mei 2026

Oleh:

Promotor 1



Prof. Dr. H. Yasid, MA, LLM.
NIP. 196710102006041001

Promotor 2

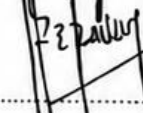


Dr. Andriani Samsuri, M.M
NIP. 197608022009122002

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TERTUTUP DISERTASI

Disertasi yang berjudul "Perilaku Konsumen Muslim Pada Swalayan Pesantren di Madura" yang ditulis oleh Ah. Shibghatullah Mujaddidi NIM: 01040223009 telah di uji dalam ujian Disertasi Tertutup pada tanggal 18 Mei 2026

Tim Penguji

- | | | |
|--|----------------------|---|
| 1. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I. | (Ketua Penguji) |  |
| 2. Dr. Hj. Nurhayati, M.Ag. | (Sekretaris Penguji) |  |
| 3. Prof. Dr. H. Yasid, MA., LLM. | (Promotor/Penguji) |  |
| 4. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M. | (Promotor/Penguji) |  |
| 5. Prof. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si. | (Penguji Eksternal) |  |
| 6. Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag. | (Penguji Internal) |  |
| 7. Dr. Hj. Fatmah, ST., MM. | (Penguji Internal) |  |

Surabaya, 18 Mei 2026



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIM 01040223009

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TERBUKA DISERTASI

Disertasi yang berjudul "Perilaku Konsumen Muslim Pada Swalayan Pesantren di Madura" yang ditulis oleh Ah. Shibghatullah Mujaddidi NIM: 01040223009 telah di uji dalam ujian Disertasi Terbuka pada tanggal 11 Juni 2026

Tim Penguji

- | | | |
|--|----------------------|-------|
| 1. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I. | (Ketua Penguji) | |
| 2. Dr. Hj. Nurhayati, M.Ag. | (Sekretaris Penguji) | |
| 3. Prof. Dr. H. Yasid, MA., LL.M. | (Promotor/Penguji) | |
| 4. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M. | (Promotor/Penguji) | |
| 5. Prof. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si. | (Penguji Eksternal) | |
| 6. Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag. | (Penguji Internal) | |
| 7. Dr. Hj. Fatmah, ST., MM. | (Penguji Internal) | |



Surabaya, 11 Juni 2026

Dekan

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Ah. Shibghatullah Mujaaddi
NIM : 01040223009
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Doktor Ekonomi Syariah
E-mail address : ramuj282@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 Konsumen Muslim Pada Swalayan Pesantren di Madura

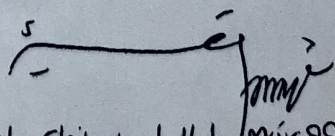
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media 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, 09 Juli 2026

Penulis


(Ah. Shibghatullah Mujaaddi)

ABSTRAK

Fenomena berkembangnya swalayan pesantren di Madura tidak hanya menghadirkan alternatif pilihan berbelanja bagi masyarakat, tetapi juga memunculkan pertanyaan mendasar mengenai motivasi yang mendorong perilaku konsumen Muslim dalam memilih tempat berbelanja. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumen tidak semata-mata digerakkan oleh pertimbangan rasionalitas ekonomi yang bersifat materialistik, melainkan turut dipengaruhi oleh nilai-nilai spiritual, dimensi sosial-keagamaan, serta kesadaran akan tanggung jawab terhadap kemaslahatan umat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi konsumen masyarakat Madura pada swalayan Pesantren. Selain itu juga penelitian ini menganalisis perilaku konsumen masyarakat Madura dalam berbelanja di swalayan pesantren, guna menciptakan model perilaku konsumen muslim pada swalayan Pesantren di Madura yang sarat nilai dan tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan ekonomi konvensional semata.

Metode pendekatan kualitatif fenomenologi digunakan untuk menggali perilaku masyarakat yang dalam hal ini konsumen Madura swalayan berbasis Pesantren di Madura. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap konsumen swalayan Pesantren meliputi: santri, wali santri, alumni dan masyarakat umum, serta pengelola swalayan Pesantren di Madura. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen dan teori expectancy.

Hasil penelitian terdapat empat dimensi motivasi masyarakat Madura dalam berbelanja di swalayan pesantren, yaitu motivasi spiritual, motivasi ekonomi, motivasi sosial-budaya, dan motivasi psikis. Selanjutnya penelitian ini juga menemukan model perilaku konsumen muslim. Dimana model tersebut merupakan hasil dari proses yang terstruktur dan saling terhubung antara berbagai dimensi utama, yaitu *drive*, *harapan*, dan *behavior* (keputusan membeli). *Drive* sebagai tahap awal dibentuk oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang mencerminkan karakteristik khas masyarakat pesantren. Selanjutnya adanya *Islamic spiritual factor* sebagai bagian dari dorongan awal (*drive*) sebelum munculnya *behavior* (Keputusan membeli). *Islamic Spiritual Factor* tidak hanya menjadi bagian dari *drive*, tetapi juga berperan dalam membentuk *harapan spiritual* konsumen. Harapan ini kemudian berfungsi sebagai penguat dari *drive* menuju *behavior*, yaitu keputusan membeli.

Implikasi teoritis penelitian ini adalah terbentuknya model perilaku konsumen yang bersifat integratif antara faktor-faktor klasik Kotler (budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) dengan dimensi spiritual Islam, serta penambahan variabel *harapan* sebagai penguat Keputusan pembelian. Model ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen, yaitu perilaku konsumen berbasis pesantren (*pesantren-based consumer behavior*) dalam perspektif ekonomi Islam, serta menegaskan bahwa keputusan pembelian dalam masyarakat Muslim, khususnya di lingkungan pesantren, tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dan sosial, tetapi juga oleh dorongan spiritual yang terinternalisasi secara mendalam.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Swalayan Pesantren, *Islamic Spiritual Factor*

ABSTRACT

The phenomenon of the development of pesantren-based supermarkets in Madura as a unique Islamic economic entity, where Islamic educational institutions also play an active role in modern retail business activities. The presence of these pesantren-based supermarkets not only provides alternative shopping options for the community, but also raises fundamental questions regarding the motivations that drive Muslim consumer behavior in choosing shopping places. From an Islamic economic perspective, consumer motivation is not solely driven by considerations of economic rationality that are materialistic in nature as assumed in conventional economic theory, but is also influenced by spiritual values, socio-religious dimensions, and awareness of responsibility for the welfare of the community. Therefore, this study aims to examine and analyze the motivations of Madurese consumers in shopping at pesantren-based supermarkets from the perspective of Islamic economic frameworks, in order to gain a comprehensive understanding of the consumption behavior patterns of Muslims, which are rich in values and cannot be adequately explained solely through conventional economic approaches.

A qualitative method with a phenomenological approach is used to explore the motivations of the community, in this case, consumers of Pesantren-based supermarkets in Madura. Data were collected through in-depth interviews with consumers of Pesantren supermarkets, including: students, guardians of students, and the general public, as well as the managers of Pesantren supermarkets in Madura. This study uses consumer behavior theory and expectancy theory.

The result of this study is that there are four dimensions of motivation among the Madurese community in shopping at pesantren supermarkets, namely spiritual motivation, economic motivation, socio-cultural motivation, and psychological motivation. Furthermore, this study also found a model of Muslim consumer behavior. This model is the result of a structured and interconnected process between various main dimensions, namely drive, behavior, expectations, and goals (purchase decisions). Drive, as the initial stage, is formed by cultural, social, personal, and psychological factors that reflect the distinctive characteristics of the pesantren community. And then, there is the Islamic spiritual factor as part of the initial drive before the emergence of behavior. The Islamic Spiritual Factor not only serves as part of the drive but also plays a role in shaping consumers' spiritual expectations. These expectations then function as a reinforcement that drives behavior—which has been formed through positive perceptions, social influence, and practical considerations—toward goals, namely the purchasing decision.

The theoretical implication of this study is the formation of a consumer behavior model that is integrative between Kotler's classical factors (cultural, social, personal, and psychological) and the Islamic spiritual dimension, along with the addition of the expectation variable as a reinforcement of purchase decisions. This model contributes to the development of pesantren-based consumer behavior theory from an Islamic economics perspective, and emphasizes that purchase decisions in Muslim communities, particularly in pesantren environments, are influenced not only by rational and social considerations but also by deeply internalized spiritual impulses.

Keywords: Consumer Behavior, Pesantren Supermarket, Islamic Spiritual Factor

المستخلص

ظاهرة انتشار السوبر ماركت المعتمدة على المدارس القرآنية في مادورا بوصفها كياناً اقتصادياً إسلامياً فريداً، حيث يشارك مؤسسات التعليم الإسلامي بنشاط في أنشطة تجارة التجزئة الحديثة. وجود السوبر ماركت المعتمد على المدارس القرآنية لا يقدم فقط خيارات بديلة للتسوق للمجتمع، بل يثير أيضاً أسئلة جوهرية حول الدوافع التي تحفز سلوك المستهلك المسلم عند اختيار مكان الشراء. من منظور الاقتصاد الإسلامي، لا تتحرك دوافع المستهلك فقط بواسطة الاعتبارات العقلانية الاقتصادية ذات الطابع المادي كما يُفترض في نظرية الاقتصاد التقليدي، وإنما تتأثر أيضاً بالقيم الروحية والأبعاد الاجتماعية والدينية، بالإضافة إلى الوعي بالمسؤولية تجاه مصالح الأمة. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل دوافع المستهلكين في مجتمع مادورا عند التسوق في المتاجر القائمة على المدارس الدينية، من منظور الإطار الاقتصادي الإسلامي، بهدف الحصول على فهم شامل لأنماط سلوك الاستهلاك لدى المسلمين المليئة بالقيم والتي لا يمكن تفسيرها بشكل كاف من خلال النهج الاقتصادي التقليدي وحده.

نتيجة هذا البحث هي وجود أربعة أبعاد لتحفيز المجتمع المادوري في التسوق في سوبرماركتات المعاهد الإسلامية، وهي التحفيز الروحي، والتحفيز الاقتصادي، والتحفيز الاجتماعي-الثقافي، والتحفيز النفسي. علاوة على ذلك، وجد البحث نموذجاً لسلوك المستهلك المسلم. حيث يمثل هذا النموذج نتيجة لعملية منظمة ومتداخلة بين مختلف الأبعاد الرئيسية، وهي الدافع، والسلوك، والتوقعات، والأهداف (قرار الشراء). يتم تشكيل الدافع كمرحلة أولى بواسطة العوامل الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية التي تعكس الخصائص المميزة لمجتمع المعاهد الإسلامية. بعد ذلك يوجد العامل الروحي الإسلامي كجزء من الدافع الأولي (الدافع) قبل ظهور السلوك (السلوك). العامل الروحي الإسلامي لا يصبح جزءاً من الدافع فحسب، بل يلعب أيضاً دوراً في تشكيل التوقعات الروحية للمستهلك. ثم تعمل هذه التوقعات كمعزز يدفع السلوك — الذي تم تكوينه من خلال الإدراك الإيجابي، والتأثير الاجتماعي، والاعتبارات العملية — نحو الأهداف، وهي قرار الشراء.

الآثار النظرية لهذا البحث هي تشكيل نموذج لسلوك المستهلك يكون تكاملياً بين العوامل الكلاسيكية لكونتر (الثقافة، والاجتماعية، والشخصية، والنفسية) مع البعد الروحي للإسلام، بالإضافة إلى إضافة متغير التوقعات كمعزز للقرار الشرائي. يقدم هذا النموذج إسهاماً في تطوير نظرية سلوك المستهلك القائمة على القيمة (سلوك المستهلك القائم على القيمة) من منظور الاقتصاد الإسلامي، ويؤكد أن القرار الشرائي في المجتمع المسلم، لا سيما في بيئة المدارس القرآنية (المعاهد الدينية)، لا يتأثر فقط بالاعتبارات العقلانية والاجتماعية، بل أيضاً بالدافع الروحي المستتر بعمق.

الكلمات المفتاحية: سلوك المستهلك، سوبر ماركت مدرسة دينية، العامل الروحي الإسلامي

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PROMOTOR	iii
TRANSLITERASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Kegunaan Penelitian	15
F. Penelitian Terdahulu	16
G. Metode Penelitian	32
H. Sistematika Pembahasan	49
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen	52
1. Definisi Perilaku Konsumen	52
2. Jenis Perilaku Konsumen	54
3. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	55
B. Perilaku Konsumen Perspektif Islam	59
1. Konsep Rasionalitas Perspektif Ekonomi Islam	61
2. Masalah dalam Perilaku Konsumsi Islam	65
3. <i>Maslahah</i> dan <i>Utility</i>	67
C. Motivasi Konsumen	69
D. Teori <i>Expectancy</i>	72
1. Teori <i>Expectancy</i> Victor Vroom	72
2. Teori <i>Expectancy</i> Perspektif Islam	74
 BAB III PERILAKU KONSUMEN MADURA PADA SWALAYAN PESANTREN	
A. Profil Swalayan Berbasis Pesantren di Madura	81
1. Profil Swalayan Kancakona.....	81
1.1. Sejarah Berdirinya Swalayan Kancakona.....	81
1.2. Visi dan Misi Swalayan Kancakona.....	85
1.3. Karakteristik Konsumen Swalayan Kancakona	86
2. Profil Swalayan Bagus.....	88
2.1. Sejarah Berdirinya Swalayan Bagus.....	88
2.2. Visi dan Misi Swalayan Bagus.....	92

2.3. Karakteristik Konsumen Swalayan Bagus	92
3. Prinsip Syariah pada Swalayan Kancakona dan Swalayan Bagus	96
B. Perilaku Konsumen Swalayan Pesantren	109
1. Kiai dan Perilaku Konsumen Swalayan Pesantren	109
2. Nilai-nilai Islam dalam Perilaku Konsumen Swalayan Pesantren	113
C. Konsumen Swalayan Pesantren dalam Penggunaan Harta	117
1. Konsep Harta dalam Pandangan Konsumen Swalayan Pesantren	117
2. Pola Penggunaan Harta Konsumen Swalayan Pesantren di Madura	121
D. Komparasi Motivasi Konsumen Pada Swalayan Kancakona dan Swalayan Bagus	171
BAB IV PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM BERBELANJA PADA SWALAYAN PESANTREN DI MADURA	
A. Motivasi Masyarakat Madura dalam Berbelanja di Swalayan Pesantren	174
B. Model Perilaku Konsumen Muslim Pada Swalayan Pesantren di Madura ...	188
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	202
B. Implikasi Teoritik	202
C. Keterbatasan Penelitian	203
D. Rekomendasi	204
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 1.2	Daftar Informan	38
Tabel 2.1	Teori Expectancy Perspektif Islam	76
Tabel 3.1	Karakteristik Konsumen swalayan Kancakona	88
Tabel 3.2	Karakteristik Konsumen swalayan Bagus	93
Tabel 3.3	Komparasi Motivasi Konsumen Pada Swalayan Kancakona dan Swalayan Bagus	172



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.4	Kerangka Konseptual	48
Gambar 4.1	Motivasi Konsumen Madura	175
Gambar 4.2	Model Perilaku Konsumen Muslim pada Swalayan Pesantren di Madura	193



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, "Nilai-Nilai Islam dalam Budaya Madura," *Jurnal Kebudayaan Islam*, Vol. 8, No. 2, 2010
- Abdussamad, Zuchri, Metode Penelitian Kualitatif (Makassar: CV. syakir Media Pres, 2021)
- Achmat, Zakarija. "Theory Of Planned Behavior, Masihkah Relevan." *Jurnal Universitas Sumatera Utara* 23, No. 2 (2010)
- Adji. Ekonomi (Jakarta: PT. Glora Askara Pratama Alfabeta, 2004)
- Affandi, Muhammad Husni dan Siti Mujiatun. "Pemberdayaan Ekonomi Pesantren: Konsep dan Implementasi dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 3, 2021
- Agil, Syed Omar Syed. "Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal." In Sayid Tahir, *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*, Selangor: Longman Malaysia, 1992.
- Ahmad, Habibi Zaman Riawan. *Membangun Ekonomi Pesantren: Analisis Modal Sosial Pondok Pesantren Wali Songo Ngabrar*. Jakarta: PSP Nusantara Press, 2018.
- Ajzen, Icek. "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior." In *Action Control: From Cognition to Behavior*, edited by Julius Kuhl et al., Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1985.
- Alam, S.S. & Sayuti, N.M., "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing", *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 21, No. 1 (2011)
- Alim, Syafrudin, "Analisis Konsep Gharar Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam* 8, No. 3 (2021)
- Alfian, Ian, Muhammad Ramadhan, and Muhammad Yafiz, "Unraveling Gharar Practices: A Literature Study on Islamic Economic Transactions in the Global," *Navigating the Future Challenges in Literacy: Islamic Economics, Business, and Public Policy Perspective*, Vol. 02 (2024)
- A L Irsyad, "The Implementation of Phenomenological Approach In Islamic", 3.1 (2024)
- Al-Ghazali, A. H. (t.t.). *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Ushul*. Dar al-Kutub al-Ilmiyyah
- Al-Jauziyyah, Ibn Qayyim. (t.t.). *Madarij al-Salikin bayna Manazil Iyyaka Na'budu wa Iyyaka Nasta'in*. Dar al-Kitab al-Arabi. Jilid 2.
- Arifin, M. Syamsul, "Etos Kerja dan Solidaritas Sosial Masyarakat Madura," *Jurnal Sosiologi Islam*, Vol. 5, No. 1, 2015
- Aritonang, Witry Octasary. "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pemakaian Sistem Pay Later Dalam Aplikasi Jual Beli Online Shopee." *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No. 02 (2022)
- Asy-Syatibi. *Al-Muwafaqat fi Usul asy-Syari'ah*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2003.
- Aswar, Nurul Fadilah, "Perilaku Konsumen." (Jakarta : Tahta Media, 2025)
- Aziz, Abdul dan Mariyah Ulfah. "Pemberdayaan Ekonomi Pesantren: Model Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif di Pondok Pesantren." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 8, No. 2 (2018)
- Aziz, Abdul. "Manajemen Bisnis Syariah pada Unit Usaha Pondok Pesantren Sidogiri." *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 10, No. 2 (2017)
- Azra, Azyumardi. *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi Menuju Millenium Baru*. Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Azra, Azyumardi, "Pesantren: Kontinuitas dan Perubahan", dalam Nurcholish Madjid (ed.), *Bilik-Bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan* (Jakarta: Paramadina, 1997)

- Azzahra, Muthia, Lara Dwi Alma, Intan Nuraini Azzahra, And Wismanto Wismanto. "Gharar Konsep Memahami Dalam Fiqih: Definisi Dan Implikasinya Dalam Transaksi." *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 1, No. 4 (2024)
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Usul al-Fiqh al-Islami*. Damaskus: Dar al-Fikr, 1986.
- Bandura, Albert, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986)
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Bernd H. Schmitt, *Experiential Marketing* (New York: Free Press, 1999)
- Chapra, M. Umer, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (Leicester: Islamic Foundation, 2000)
- Chaudhuri, Arjun. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. Oxford: Elsevier, 2010.
- Clifford Geertz, *The Religion of Java* (Chicago: University of Chicago Press, 1960)
- Creswell, J.W. and Creswell, J.D. "Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches". Sage Publications Ltd. (2023)
- David C. McClelland, *The Achieving Society* (Eastford, Ct: Martino Fine Books, 2010)
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. 8 (August 2003).
- Diana, Intan, Al Munip, & Zeni Sunarti, "Kajian Fiqh Muamalah Pembelajaran Ekonomi Syariah dalam Praktik Bisnis Ritel di Talang Babat," *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 6, no. 6 (2025)
- Dimiyati dan Mudjiono. *Belajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: PT Rineke Cipta, 2006)
- Dusuki, Asyraf Wajdi, and Nurdianawati Irwani Abdullah. "Maqasid al-Shariah, Masalah, and Corporate Social Responsibility." *The American Journal of Islamic Social Sciences* 24, no. 1 (2017)
- Deci, E.L., & Ryan, R.M. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press, 1985.
- De Jonge, Huube., *Madura dalam Empat Zaman: Pedagang, Perkembangan Ekonomi, dan Islam* (Jakarta: Gramedia, 1989)
- Delener, Neal, "Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications," *European Journal of Marketing* 28, no. 5 (1990)
- Denzin, Norman K., *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*, 3rd ed. (New Jersey: Prentice Hall, 1989)
- Desmayani, Ni Made Mila Rosa. "The Effectiveness Student Entrepreneurship Program In Realizing Entrepreneur Stikom Indonesia." *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 5, No. 1 (2021)
- Dhofier, Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren: Studi Pandangan Hidup Kyai dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia* (Jakarta: LP3ES, 2011)
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. *Consumer Behavior*. Orlando, FL: The Dryden Press, 1993.
- Eid, R. & El-Gohary, H. "The Role of Islamic Religiosity on the Relationship Between Perceived Value and Tourist Satisfaction". *Tourism Management Journal*, Vol. 46 (2015)
- Elvie, Maria, Andriasan Sudarso, And Johanes Terang Kita Perangin-Angin. "Membangun Sense Of Belonging (Rasa Memiliki) Individu Dan Menerapkannya Sebagai Wujud Motivasi Diri Dalam Bekerja Dan Kecintaan Terhadap Organisasi Pada YPK Don Bosco Kam." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI* 3, No. 1 (2023)

- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2016.
- Essoo, N. & Dibb, S. "Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study". *Journal of Marketing Management*, Vol. 20, No. 7–8 (2004)
- Fadllan, And Lailatul Maufiroh. "Perilaku Konsumen: Utility Versus Masalah Sebagai Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam." *El-Qist: Journal Of Islamic Economics And Business (JIEB)* 14, No. 1 (2024)
- Fanshurna, Toton, And Rini Pujiastuti. "Model Integratif Pengelolaan Wakaf Produktif Dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal Pesantren." *Journal Of Economics And Business Ubs* 14, No. 5 (2025)
- Fatah, Rohadi Abdul, Tata Taufiq, and Abdul Mukti Bisri. *Rekonstruksi Pesantren Masa Depan*. Jakarta: PT Listafariska Putra, 2005.
- Fatimah, Nurul, Kamaruddin, and Supriadi, "Gharar in Sharia Financial Products: Forms, Implications and Prevention Measures," *AHKAM: Jurnal Hukum Islam dan Humaniora* 4, no. 3 (Sept. 2025)
- Fiantika, Feny Rita, Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2020).
- Fitriana, Ayu Diasti Rahmawati dan Bagong Suyanto, "Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Madura di Surabaya", dalam Paradigma: *Jurnal Online Mahasiswa SI Sosiologi UNESA*, Vol. 6, No. 3 (2018)
- Fitriani, Desita, And Fauzatul Laily Nisa. "Analisis Praktek Larangan Maysir, Gharar, Dan Riba Dalam Asuransi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 1, No. 3 (2024)
- Fitrio, Tomy. "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Minimarket Sebagai Tempat Berbelanja Pada Minimarket Di Kota Rengat." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, No. 4 (2018)
- Firmansyah, Muhammad Anang, Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Febrina, Intan, And Hayatul Khairul Rahmat. "Motivasi Kerja Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi: Sebuah Tinjauan Pustaka." *Journal Of Current Research In Humanities, Social Sciences, And Business* 1, No. 1 (2024)
- Granovetter, Mark. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* Vol. 91, No. 3 (1985)
- Hadi, Sutrisno. *Methodology Research 2*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004.
- Haedari, Amin. *Panorama Pesantren dalam Cakrawala Modern*. Jakarta: Diva Pustaka, 2006.
- Hakim, Agus Lukman. "Loyalitas Konsumen Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal Pada Industri Kafe Di Indonesia." In *Prosiding Seminar Nasional Administrasi Banten*, Vol. 2, No. 1, 2025.
- Hamalik, Oemar, *Perencanaan Pengajaran Berdasarkan Pendekatan Sistem*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Hamari, Juho, Mimmi Sjöklint, and Antti Ukkonen. "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption." *Journal of the Association for Information Science and Technology* (2015).
- Hamdi, Baitul. "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2019).
- Hamdi, Ahmad Zainul, "Religious Leadership and Everyday Life in Pesantren Communities in Contemporary Madura," *Journal of Indonesian Islam*, Vol. 8 No. 1 (2014)
- Hannan, Abd, "Islam Moderat Dan Tradisi Popular Pesantren: Strategi Penguatan Islam Moderat Di Kalangan Masyarakat Madura Melalui Nilai Tradisi Popular Islam Berbasis Pesantren." *Jurnal Sosiologi Dialektika* 13, No. 2 (2018)

- Hardani, Nur Hikmatul Auliya et al, *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, Revista Brasileira de Linguística Aplicada, 2020
- Hari Setiadi,. "Model Bisnis Alumni Pondok Pesantren." *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2023)
- Hariyadi, Guruh Taufan. "Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang)." *JPEB: Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (2017).
- Haryanto, J.O. & Moutinho, L. "Building Customer Loyalty Through Service Quality and Customer Satisfaction: Islamic Banking Perspective". *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 14, No. 3 (2015)
- Hasan, Muhammad Tholhah. *Agama Moderat, Pesantren dan Terorisme*. Jakarta: PT Listafariska Putra, 2004.
- Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Hidayat, Ahmad, "The Role of Gharar in Ensuring Fairness in Islamic Transactions," *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 4, no. 2 (2023)
- Hidayah, Ahdiyatul and Nurmu'izzatin Zaharatul Parhi, "Towards Sharia E-Commerce Regulation: Analysis of Gharar and Consumer Protection in Indonesia," *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (June 2025)
- Hiroko Horikoshi, *Kiai dan Perubahan Sosial*, terj. Umar Basalim dan Andi Muarly Sunrawa (Jakarta: P3M, 1987)
- Huda, Bakhrul, *Bisnis Ritel Pesantren: Mengelola Ritel Modern Berbasis Spiritualitas* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020)
- Huda, Miftahul, "Pola Interaksi Sosial Ekonomi Pesantren dengan Masyarakat (Studi pada Pesantren Annuqayah Guluk-Guluk Sumenep)". *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, Vol. 15, No. 1 (2018)
- Husnawati, Nurul. "Kajian Fiqh Muamalah Tentang Dampak Penundaan Pembayaran pada Jual Beli Istishna." *Jurnal Muamalah* 14, no. 1 (2024)
- Hefni, Mohammad, "Patron-Client Relationship pada Masyarakat Madura", dalam *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. 11, No. 1 (2007)
- Hefni, Mohammad, "Bhâgâl-Dhuwit dan Bhâgâl-Kobâr: Patronase Blater di Madura", *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. 15, No. 1 (2007)
- Helmiyah, Fitriyatul, And Anna Zakiyah Hastriana. "The The Effect Of Motivation, Product Catalog And Installment Payment System On Consumer Buying Interest In Oriflame Products: (Studi Pada Santri Ppa Latee 1 Guluk-Guluk Sumenep Madura)." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (Jekma)* 3, No. 1 (2024)
- Hoetoro, Arif. *Ekonomi Islam: Pengantar Analisis Kesejarahan dan Metodologi*. Malang: BPFE Unibraw, 2007.
- Holsti, O. R. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1969.
- Isfandiar, Ali Amin. Rasionalitas dalam Ekonomi Islam, dalam M. Rusydi (ed), *Filsafat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: FSEI PPs UIN SUKA, 2008)
- Islahi, Abdul Azim. *History of Islamic Economic Thought: Contributions of Muslim Scholars to Economic Thought and Analysis*. London: Edward Elgar Publishing, 2015.
- Ismail, A. & Yunan, Y.S.M. "Service Quality as a Predictor of Customer Satisfaction and Customer Loyalty". *LogForum*, Vol. 12, No. 4 (2016)
- Jean, Baudrillard. *Masyarakat Konsumsi*. terj. oleh Wahyunto. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005)
- John M. Ivancevich, Matteson Robert Konopaske, and Michael T., *Organizational Behavior and Management*, 10th editi, 2014

- Kahf, Monzer. "A Contribution to the Theory of Consumer Behaviour in an Islamic Society." In Khurshid Ahmad, *Studies in Islamic Economics*, Britain: The Islamic Foundation Leicester, 1980.
- Kahf, Monzer. *Ekonomi Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Translated by Machnun Husein. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Kamiliah, Nuril. "Optimalisasi Potensi Ekonomi Pesantren Melalui Usaha Ritel Pada Annuqayah Mini Market Guluk-Guluk Sumenep." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, No. 1 (2022)
- Kara, Muhammad Alwi Muslimin, M. Wahyuddin Abdullah, and Muhammad Fachrurrazy. "Konsep maqasid as syariah dalam perbankan syariah." *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 7, no. 2 (2022)
- Kassim, Marina, Nor Azizan Che Embi, Razali Haron, And Khairunisah Ibrahim. "The Motivation Of Continuous Cash Waqf In Malaysia From Islamic Expectancy Theory." In *Selected Proceedings From The 1st International Conference On Contemporary Islamic Studies (ICIS 2021)*, Pp. 171-181. Singapore: Springer Nature Singapore, 2022.
- Kuntowijoyo, *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura 1850-1940* (Yogyakarta: Mata Bangsa, 2002)
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Terjemahan, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*, 6th ed. Melbourne: Pearson Australia Group, 2015.
- Kosim, Muhammad, "Pesantren dan Pendidikan Ekonomi Syariah," *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. IX No. 2 (2006)
- Køster, Allan and Anthony Vincent Fernandez, "Investigating Modes of Being in the World : An Introduction to Phenomenologically Grounded Qualitative Research", 2023
- Khan, Mohammad Fahim, "Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective", dalam Sayyid Tahir, Aidit Ghazali dan Syed Omar Syed Ali (eds.), *Readings in Microeconomics: an Islamic Perspective*, Selangor: Longman Malaysia SDN, 1992.
- Khatimah, Besse Khusnul, and Edi Cahyono. "The Implementation of Islamic Consumption in Islamic Boarding School Residents." *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation* (2023).
- Martin, Simon. "Market Transparency And Consumer Search—Evidence From The German Retail Gasoline Market," *RAND Journal Of Economics* 55, No. 4 (Desember 2024)
- Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, 1994)
- Masud, Abdurrahman. "Memahami Agama dan Realitas Sosial: Pendekatan Sosiologi Agama terhadap Perilaku Ekonomi Umat Islam." *Jurnal Sosiologi Reflektif* Vol. 12, No. 1 (2017)
- Mas'udah, Siti, "Karakteristik Pola Konsumsi Pangan Masyarakat Madura", dalam *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 25, No. 2 (2012)
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Mukhtar, A. & Butt, M.M., "Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, No. 2 (2012)
- Mulyadi, Lintang. "Studi Kualitatif Tentang Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Lokal." *Inkubis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 7, No. 1 (2025)
- Mushoffan Nasiri. *Konsumsi Masyarakat Pesisir dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Sokobanah Daya Kec. Sokobanah Kab. Sampang)*, Malang: Tesis, 2019
- Mustafar, M. Z., and J. T. Borhan. "Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective." *Middle-East Journal of Scientific Research* 18, no. 9 (2013): 1301–1307.

- Musthofa, Ali, "Manajemen Bisnis Syariah pada Unit Usaha Pesantren." *Islamic Economics Journal*, Vol. 5, No. 1 (2019)
- Moleong, J. Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Morgan, Robert M. dan Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing* 58, no. 3 (July 1994)
- Mowen, C. J., and M. Minor. *Perilaku Konsumen*. Trans. Jakarta: Erlangga, 2002.
- M. Nasir, Nur Hidayah, Riris Aishah Prasetyowati, And Roosita Meilani Dewi. "Islamic Branding: Pertimbangan Rasional Dan Ideologis Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian." *Harmoni* 23, No. 2 (2024)
- Najib, Moh Ainun, Abd Ghafur, And Lailatul Azizah. "Kontribusi Mini Market Pesantren Sebagai Potensi Kemandirian Ekonomi Dan Pembentukan Jiwa Santripreneur." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* (2024)
- Namira, Isnaeni. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transaksional Terhadap Motivasi Kerja Karyawan. Desertasi tidak diterbitkan. Universitas Sumatera Utara, 2010
- Nasir, Ridlwan, Mencari Tipologi Format Pendidikan Ideal: Pondok Pesantren di Tengah Arus Perubahan (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005)
- Nasiri, Mushoffan. *Konsumsi Masyarakat Pesisir dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Sokobanah Daya Kec. Sokobanah Kab. Sampang)*. Tesis, Malang, 2019.
- Nasution, Abdul Fattah, "Metode Penelitian Kualitatif" (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023)
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006)
- Naqvi, S.N.H., *Islam, Economics, and Society* (London: Kegan Paul International, 1994)
- Nawawi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Keempat, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2001)
- Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia, 2005.
- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Cv Alfabeta, 2012)
- Nugroho, Setiadi, J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi. (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010)
- Nurhadi, Muhammad And Ahmad Rafiq, "Gharar In Islamic Jurisprudence And Its Implications In Contemporary Business Practices," *Al-Iqtishad: Journal Of Islamic Economics* 14, No. 1 (2022)
- N. Badria & N. Hasanah, "Building Business Sustainability: The Role of Islamic Financial Literacy and Basic Accounting Understanding," *COMMERCIO: Journal of Islamic Economics and Business* 2, no.1 (2025)
- Ola, Abdel Kaw, And James Kole. "An Islamic Perspective On The Expectancy-Valence Theory." *American Journal Of Islam And Society* 8, No. 3 (1991)
- Pahleviannur, Muhammad Rizal. *Metode Penelitian Kualitatif* (Jawa Tengah: Pradina Pustaka, 2022)
- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills: Sage Publications, 1987.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Peter, J.P., Olson J.C. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 9 th Ed. Homewood, IL: McGraw-Hill, 2010
- Pratikto, Heri, And Heri Pratikto. "Motivasi Spiritual Dan Budaya Sekolah Berpengaruh Terhadap Kinerja Profesional Dan Perilaku Konsumsi Guru Ekonomi." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Universitas Negeri Malang* 19, No. 1 (2012)
- P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)

- Qardhawi, Yusuf, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995)
- Rahayu, S. & Mulyadi, M. "Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal pada Konsumen Muslim di Indonesia". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 19, No. 2 (2017)
- Rahman, Fazlur. *Economic Doctrines of Islam*. Translated by Soeroyo and Nastangin. Yogyakarta: Darma Bakti Wakaf, 1985.
- Rahmat, Hidayat, A., Mustamin, And Andi Bisyrani. "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam Dalam Transaksi Jual Beli (Di Pasar Rakyat Pekkabata Kab Pinrang)." *Mappideceng: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, No. 1 (2025)
- Rani, Nurma Maha, Muhammad Givar Pamungkas, And Salwa Ariza Irawan. "Analisis Konsep Permintaan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Nilai Spiritual Dalam Mempengaruhi Permintaan Konsumen." *Epsilon: Journal Of Management (Ejom)* 3, No. 1 (2025)
- Rashid, Fathor. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori, Metode, Dan Praktek* (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022)
- Rifai, Mien Ahmad., *Ekonomi Islam, Manusia Madura, Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan dan Pandangan Hidupnya seperti Dicitrakan Peribahasanya*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2007)
- Rifai, Mien Ahmad. *Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan, dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya* (Yogyakarta: Pilar Media, 2007)
- Ruski, Oktaviana Arisinta, et al. "Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai–Nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura." *Develop: Jurnal Program Studi Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2017).
- Rusydi, M., ed. *Filsafat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: FSEI PPs UIN SUKA, 2008.
- Retnowati, May Shinta, Daud Sukoco, and Mufti Fitiyani. "The Essence of Halal Ecosystem in Pesantren Business in Optimizing Toward Sustainable Economy." *Jakarta Economic Sustainability International Conference Annual (JESICA)* (2024).
- Rodli, Achmad. "Peran Kyai dalam Membentuk Perilaku Ekonomi Masyarakat Pesantren", *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 15, no. 1 (2015)
- Rogers, Francis G., and Irving N. Levey. *The Motivation of Human*. New York: Wiley, 2006.
- Rozaki, Abdur. *Menabur Kharisma Menuai Kuasa: Kiprah Kiai dan Blater sebagai Rezim Kembar di Madura*. (Yogyakarta: Pustaka Marwa, 2004)
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions." *Contemporary Educational Psychology*, 25(1)
- Sagir, Soeharsono. *Kapita Selektu Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Saifullah, Abdusshamad. "Pandangan Islam Terhadap Riba." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2014)
- Siddiqi, M. N. *Teaching Islamic Economics*. Jeddah, Saudi Arabia: Scientific Publishing Centre, 2005.
- Simamora, Bilson. "Toward a General Theory of Consumer Motivation." *Journal of Business Studies and Management Review* (2021).
- Sudarsono, Juwono. *Politik Ekonomi dan Strategi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suhartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: R. Cipta, 2006)

- Suharyono. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4, no. 2 (2018).
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011)
- Sumarwan, Ujang, et al. *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Seri 2 . (Bogor: IPB Press, 2012)
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Sutarto, Ayu. "Sekilas tentang Masyarakat Madura", dalam *Bahasa dan Sastra dalam Perspektif Pendidikan*, ed. Tim Penyusun (Jember: Tapal Kuda, 2006)
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2001)
- Souiden, N. & Rani, M. "Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 2 (2015)
- Solichin, Mohammad Muchlis. "Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Pesantren: Studi pada Pondok Pesantren Al-Ittifaq Bandung." *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 10, No. 1 (2016)
- Schiffman Leon G., Kanuk L.L. *Consumer Behavior*, Edisi ke7. (New Jersey: Prentice Hall, 2000)
- Schiffman, Leon G., and Joseph Wisenblit. *Consumer Behavior*. 11th ed. Pearson Education, 2015.
- Syam, Nur, *Pemberdayaan Ekonomi Pesantren* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2008)
- Tahir, Sayyid, Aidit Ghazali, and Syed Omar Syed Ali, eds. *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*. Selangor: Longman Malaysia SDN, 1992.
- Thoyibah, Muthiatu, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "Pola Konsumsi Hedonisme Generasi Millennial Muslim terhadap Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam UHAMKA* 12, no. 2 (2021).
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing, 2006.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010)
- Trihafsari, Wiwik, and Cahaya Permata. "Consumer Protection in Beach Tourism Objects from the Perspective of Maqashid Sharia." *Istinbath: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 23, no. 1 (2023).
- Van Bruinessen, Martin. "Pesantren dan Kitab Kuning: Pemeliharaan dan Kesenambungan Tradisi Pesantren." *Ulumul Qur'an* Vol. III, No. 4 (1992)
- Wahib, Mohammad, and Ari Susanto. "Pendidikan berbasis komunitas: Membangun ekonomi kerakyatan melalui keterlibatan masyarakat." *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences* 2, no. 6 (2024)
- Wahid, Abdurrahman. "Pesantren sebagai Subkultur" dalam M. Dawam Rahardjo (ed.), *Pesantren dan Pembaharuan*. Jakarta: LP3ES, 1988
- Wahyuni, S. "Teori Konsumsi dan Produksi dalam Perspektif Islam." *Jurnal Akuntabel* 10, no. 1 (2013)
- Wijaya, Hendra, Askar Patahuddin, Khaerul Aqbar, and Wahyu Kurniawan Hasmudin. "Hukum Jual Beli Online Dengan Sistem Pre Order Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Toko Online Nashrah Store)." *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam* 2, No. 2 (2021)
- Wilson, Jonathan A.J. & Jonathan Liu, "The Challenges of Islamic Branding: Navigating Emotions and Halal", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2, No. 1 (2011)
- Wiyata, A. Latief. *Carok: Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura* (Yogyakarta: LKiS, 2002)

- Wiyata, A. Latief. "*Islam dan Identitas Etnik: Kasus Madura dalam Tradisi dan Kebangkitan Islam di Asia Tenggara*", ed. Taufik Abdullah dan Sharon Siddique (Jakarta: LP3ES, 1989)
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Zaimsyah, Annisa Masruri, and Sri Herianingrum. "Tinjauan Maqashid Syariah terhadap Konsumsi." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2019).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A