

ABSTRAK

Fenomena konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*) semakin marak di kalangan mahasiswa, khususnya pada produk fesyen mewah kategori *masstige* yang tidak hanya dipandang dari sisi fungsional, tetapi juga sebagai simbol status dan identitas diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, harga diri, materialisme, dan perbandingan sosial terhadap konsumsi mencolok produk fesyen *masstige* pada mahasiswa Muslim di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Sampel penelitian sebanyak 100 responden mahasiswa Muslim yang diperoleh dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap konsumsi mencolok produk fesyen *masstige*, sedangkan harga diri, materialisme, dan perbandingan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap konsumsi mencolok.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa tingkat religiusitas dapat menjadi faktor pengendali dalam menekan perilaku konsumsi mencolok, sementara harga diri, materialisme, dan kuatnya perbandingan sosial justru mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam konsumsi mencolok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur ekonomi Islam dan perilaku konsumen, serta manfaat praktis bagi mahasiswa, akademisi, maupun pelaku industri fesyen dalam memahami pola konsumsi generasi muda Muslim.

Kata kunci: *Religiusitas, Harga Diri, Materialisme, Perbandingan Sosial, Konsumsi Mencolok, Fesyen Mewah, Masstige.*