ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Universitas Diponegoro dalam penggunaan Shopee berdasarkan pendapatan, jumlah layanan Shopee, penggunaan *voucher*, dan akses Shopee *PayLater*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan purposive sampling terhadap 113 mahasiswa Muslim pengguna Shopee. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun simultan. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,895 menunjukkan bahwa model menjelaskan 89,5% variasi perilaku konsumtif. Pendapatan menjadi faktor paling dominan, diikuti penggunaan *voucher*, jumlah layanan Shopee, dan akses Shopee *PayLater*. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perilaku konsumsi mahasiswa Muslim dalam penggunaan Shopee dan prinsip konsumsi Islam, khususnya qana'ah, al-iqtishad, dan kehati-hatian dalam penggunaan *PayLater*.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif; Mahasiswa Muslim; Pendapatan; Shopee *PayLater*; Ekonomi Islam

SEMARANG
FEB UNDIP