

Pengaruh Internalisasi Nilai Keagamaan dan Gaya Hidup Pesantren Terhadap Kontrol Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim di Surabaya

The Influence of the Internalization of Religious Values and the Pesantren Lifestyle on the Control of Consumptive Behavior among Muslim University Students in Surabaya

Sofia Imroatus Sholeha¹, Moch. Khoirul Anwar²

¹Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel:

Received 15 March 2026

Revised 25 March 2026

Accepted 27 March 2026

Available online 31 March 2026

Kata kunci:

Internalisasi Nilai Keagamaan, Gaya Hidup Pesantren, Perilaku Konsumtif

Keywords:

Internalization of Religious Values, Pesantren Lifestyle, Consumptive Behavior



Artikel ini merupakan artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2026 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh internalisasi nilai keagamaan dan gaya hidup pesantren terhadap kontrol perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer melalui kuesioner daring. Sampel berjumlah 153 responden menggunakan teknik purposive sampling dari berbagai perguruan tinggi di Surabaya. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai keagamaan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif ($t = -3,363$; $sig. = 0,001$), artinya semakin tinggi internalisasi nilai keagamaan maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, gaya hidup pesantren tidak berpengaruh signifikan secara parsial ($t = -1,349$; $sig. = 0,179$). Namun secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ($F = 15,728$; $sig. < 0,000$) dengan kontribusi sebesar 17,3% ($R^2 = 0,173$). Temuan ini mengimplikasikan bahwa penguatan internalisasi nilai-nilai Islam secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam membentuk pola konsumsi yang moderat dan bertanggung jawab di kalangan mahasiswa Muslim berlatar belakang pesantren.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the internalization of religious values and the pesantren lifestyle on the control of consumptive behavior among Muslim university students in Surabaya. The research uses an associative quantitative approach with primary data collected through an online questionnaire. The sample consists of 153 respondents selected using purposive sampling from various universities in Surabaya. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 23. The results show that the internalization of religious values has a significant and negative effect on consumptive behavior ($t = -3.363$; $sig. = 0.001$), meaning that the higher the internalization of religious values, the lower the students' consumptive behavior. Meanwhile, the pesantren lifestyle does not have a significant partial effect ($t = -1.349$; $sig. = 0.179$). However, simultaneously, both variables have a significant effect on consumptive behavior ($F = 15.728$; $sig. < 0.000$) with a contribution of 17.3% ($R^2 = 0.173$). These findings imply that strengthening the continuous internalization of Islamic values is an important strategy in shaping moderate and responsible consumption patterns among Muslim students with pesantren backgrounds.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan modernisasi saat ini, transformasi sosial menghadirkan tantangan kompleks bagi kehidupan manusia, khususnya dalam pola konsumsi. Kemajuan teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara mendasar sehingga menciptakan akses tak terbatas ke berbagai macam produk dan layanan (Hafiza et al., 2024). Modernisasi melahirkan budaya konsumerisme, di mana harta benda dianggap penting untuk menunjukkan

status sosial dan mencapai kepuasan hidup. Fenomena ini tidak hanya terjadi di masyarakat umum, tetapi juga menyebar ke lingkungan perguruan tinggi dan komunitas keagamaan (Ritonga dan Rosatyani, 2022).

Data empiris menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 139 juta pengguna dengan rata-rata waktu penggunaan lebih dari 3 jam per hari, mayoritas berusia 18–24 tahun (We Are Social & Meltwater, Digital 2024). Intensitas paparan konten promosi, endorsement influencer, serta fitur social commerce mendorong pembelian impulsif dan perilaku konsumtif berbasis tren. Sejalan dengan itu, penetrasi internet Indonesia telah mencapai lebih dari 78% populasi (APJII, 2023), dengan transaksi e-commerce yang didominasi oleh generasi muda perkotaan.

Situasi ini menjadi lebih kompleks bagi mahasiswa Muslim berlatar belakang pesantren. Secara historis, pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional telah menjadi benteng nilai-nilai keagamaan yang menekankan kesederhanaan, kemandirian, dan pengendalian diri atas keinginan duniawi (Panjalu et al., 2022). Namun, ketika santri memasuki lingkungan perguruan tinggi di kota besar seperti Surabaya, mereka menghadapi tantangan mempertahankan nilai-nilai pesantren di tengah tekanan budaya konsumtif perkotaan.

Data BPS melalui SUSENAS 2024 menunjukkan pengeluaran non-makanan di Surabaya mencapai 59,21% dari total konsumsi, lebih tinggi dari rata-rata Jawa Timur sebesar 49,21%, yang menjadi indikasi kuat tingginya belanja gaya hidup di kota besar. Jawa Timur sendiri merupakan provinsi dengan jumlah pesantren terbanyak di Indonesia, yaitu lebih dari 6.500 pesantren (Kemenag RI, 2024), menjadikan Surabaya sebagai kota tujuan utama santri melanjutkan pendidikan tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa religiusitas berperan dalam mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa. Rahmat, Asyari, & Puteri (2020) menemukan bahwa tingkat religiusitas yang lebih tinggi berkaitan dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Penelitian Yunus (2024) juga menunjukkan religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Di sisi lain, Munawarah (2022) menemukan bahwa santri tetap berpotensi terpengaruh gaya hidup konsumtif terutama dalam pembelian produk fashion karena paparan media sosial dan pengaruh teman sebaya. Fenomena ini menunjukkan adanya ketegangan antara nilai keagamaan pesantren dengan dorongan konsumerisme modern yang belum sepenuhnya ditelaah secara empiris dalam konteks mahasiswa Muslim di Surabaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mengetahui pengaruh internalisasi nilai keagamaan terhadap kontrol perilaku konsumtif mahasiswa Muslim berlatar belakang pesantren, (2) mengetahui pengaruh gaya hidup pesantren terhadap kontrol perilaku konsumtif, dan (3) mengetahui pengaruh simultan kedua variabel tersebut terhadap kontrol perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya.

LANDASAN TEORI

Internalisasi Nilai Keagamaan

Internalisasi nilai keagamaan merupakan proses di mana nilai-nilai, norma, dan ajaran agama tidak hanya dipelajari secara formal, tetapi juga menjadi bagian mendalam dari keyakinan dan tindakan individu (Santrock, 2011). Di lingkungan pesantren, proses internalisasi berlangsung melalui pendidikan keagamaan formal maupun nonformal, seperti pengajian kitab kuning, madrasah

diniyah, serta keteladanan kyai dan ustadz. Interaksi sosial di pesantren menciptakan lingkungan kondusif sehingga nilai-nilai Islam terinternalisasi secara utuh membentuk karakter religius yang kuat (Riskiyah & Muzammil, 2020).

Menurut Pangastuti et al. (2025), terdapat tiga indikator internalisasi nilai keagamaan: (a) transformasi nilai, yaitu proses penyampaian ajaran agama secara verbal dan konseptual sehingga nilai keagamaan tidak hanya dipahami secara teori tetapi juga dijadikan landasan berpikir dan berperilaku; (b) transaksi nilai, yaitu proses interaksi dan pengamalan nilai melalui hubungan timbal balik antara kyai atau ustadz dengan santri; dan (c) transinternalisasi nilai, yaitu tahap di mana ajaran keagamaan telah tertanam kuat dalam diri santri hingga menjadi bagian tak terpisahkan dari karakter dan kepribadian mereka.

Gaya Hidup Pesantren

Gaya hidup pesantren merupakan cerminan pola tingkah laku, kebiasaan, dan nilai-nilai yang diterapkan santri selama menempuh pendidikan di lingkungan pesantren. Gaya hidup ini mengacu pada pola hidup yang terbentuk di lingkungan pesantren yang tertanam pada nilai-nilai kesederhanaan, kedisiplinan, dan pengendalian diri (Silma et al., 2025). Gaya hidup pesantren mencakup aspek fisik, sosial, mental, dan spiritual yang tumbuh seiring dengan nilai-nilai keislaman yang dianut.

Menurut Silma et al. (2025), terdapat tiga indikator gaya hidup pesantren: (a) kesederhanaan, yaitu pola hidup yang selalu mengedepankan sikap hemat, tidak berlebihan, dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan yang ada; (b) kedisiplinan, yaitu penerapan aturan dan tata tertib yang membentuk karakter bertanggung jawab dan teratur; dan (c) pengendalian diri, yaitu kemampuan untuk menahan dorongan keinginan dan mengutamakan kebutuhan yang esensial.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan membeli dan mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tidak rasional, dan tidak didasarkan pada kebutuhan sejati melainkan lebih pada dorongan emosional, keinginan, simbol status, dan tekanan sosial (Engel, Blackwell, & Miniard, 2010). Dalam perspektif Ekonomi Islam, perilaku konsumsi seharusnya didasarkan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan menghindari israf (pemborosan) serta tabdzir (berlebih-lebihan) sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Furqan ayat 67 dan QS. Al-Isra' ayat 27.

Indikator perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Engel et al. (2010), meliputi: membeli produk karena hadiah yang menarik, membeli karena kemasan menarik, membeli demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli atas pertimbangan harga bukan manfaat, membeli untuk menjaga simbol status, memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif yang bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel secara empiris. Penelitian dilakukan di Surabaya dengan populasi seluruh mahasiswa Muslim aktif yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren dari berbagai perguruan tinggi di Surabaya.

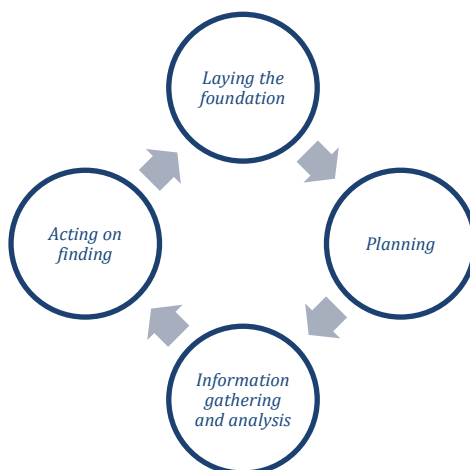
Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) mahasiswa Muslim aktif di perguruan tinggi di Surabaya, dan (2) pernah atau sedang menempuh pendidikan di pondok pesantren. Berdasarkan rumus Hair et al. (2017) dengan 5–10 observasi per

indikator dan total 16 indikator, jumlah sampel minimum adalah 80–160 responden. Penelitian ini menggunakan 153 responden yang valid dari 166 kuesioner yang disebarakan melalui Google Form via WhatsApp dan Instagram.

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel independen, yaitu Internalisasi Nilai Keagamaan (X1) dengan indikator transformasi nilai, transaksi nilai, dan transinternalisasi nilai (Pangastuti et al., 2025); serta Gaya Hidup Pesantren (X2) dengan indikator kesederhanaan, kedisiplinan, dan pengendalian diri (Silma et al., 2025). Variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif (Y) dengan tujuh indikator (Engel et al., 2010). Pengukuran menggunakan skala Likert 1–5. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha ($\alpha > 0,6$).

Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23, didahului uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji multikolinieritas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2) pada tingkat signifikansi 0,05.

Contoh Diagram:



Gambar 1. Contoh Diagram

(Gambar harus diberikan penomoran, contohnya: *Gambar 1. Contoh Diagram*. Keterangan gambar (nomor dan judul gambar) diletakkan di tengah bawah)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 153 responden yang memenuhi kriteria, sebanyak 141 (92%) merupakan mahasiswa jenjang Sarjana dan 12 (8%) Diploma. Responden tersebar di 10 perguruan tinggi di Surabaya, dengan terbanyak dari Universitas Negeri Surabaya (97 responden) dan UIN Sunan Ampel Surabaya (25 responden). Sebanyak 138 responden (90%) menempuh pesantren sebelum masuk perguruan tinggi, 77% dengan durasi lebih dari 3 tahun. Sebanyak 50% masih menjalani gaya hidup pesantren dan 48% kadang-kadang masih menerapkannya.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenjang Sarjana	141	92%
Jenjang Diploma	12	8%
Pesantren sebelum kuliah	138	90%

Pesantren selama kuliah	2	1,31%
Durasi pesantren > 3 tahun	118	77%
Masih menjalani gaya hidup pesantren	77	50%
Kadang-kadang gaya hidup pesantren	74	48%

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2026)

Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan analisis deskriptif, variabel Internalisasi Nilai Keagamaan (X1) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,54 yang termasuk kategori Tinggi. Indikator transformasi nilai (mean = 4,65), transinternalisasi nilai (mean = 4,58), dan transaksi nilai (mean = 4,40) seluruhnya berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berlatar belakang pesantren memiliki pemahaman dan penghayatan nilai keagamaan yang kuat dalam kehidupan sehari-hari.

Variabel Gaya Hidup Pesantren (X2) memperoleh rata-rata sebesar 2,73 yang termasuk kategori Sedang. Indikator kesederhanaan (mean = 2,87), pengendalian diri (mean = 2,74), dan kedisiplinan (mean = 2,60) berada dalam kategori sedang. Ini mengindikasikan bahwa meskipun nilai pesantren masih melekat, penerapannya belum konsisten di lingkungan kampus dan perkotaan. Variabel Perilaku Konsumtif (Y) memperoleh rata-rata sebesar 2,65 (kategori Sedang), menandakan kecenderungan konsumtif yang moderat pada responden.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan R²

Variabel	B	t hitung	Sig.
Constant	54,727	14,892	0,000
Internalisasi Nilai Keagamaan (X1)	-0,517	-3,363	0,001*
Gaya Hidup Pesantren (X2)	-0,220	-1,349	0,179
Uji F		15,728	<0,000*
R ²		0,173	17,3%
t tabel ($\alpha=0,05$)		1,981	

*Sumber: Output SPSS, diolah penulis (2026). *signifikan pada $\alpha = 0,05$*

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi: $Y = 54,727 + (-0,517)X_1 + (-0,220)X_2$. Nilai konstanta 54,727 menunjukkan nilai dasar perilaku konsumtif apabila kedua variabel independen bernilai nol. Koefisien X1 sebesar -0,517 mengindikasikan setiap peningkatan satu satuan internalisasi nilai keagamaan akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,517 satuan, ceteris paribus. Koefisien X2 sebesar -0,220 mengindikasikan setiap peningkatan satu satuan gaya hidup pesantren akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,220 satuan, ceteris paribus.

Pengaruh Internalisasi Nilai Keagamaan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa Internalisasi Nilai Keagamaan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif ($t = -3,363 > t \text{ tabel } 1,981$; sig. = $0,001 < 0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat internalisasi nilai keagamaan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka berperilaku konsumtif. Nilai keagamaan seperti qana'ah, kesederhanaan, larangan israf, dan tabdzir berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri dalam aktivitas konsumsi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Riskiyah (2020) yang menyatakan internalisasi nilai keagamaan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengelola konsumsi. Penelitian Rahmat et al. (2020) juga menemukan bahwa religiusitas yang tinggi mampu membentuk sikap disiplin dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa nilai-nilai Islam yang ditanamkan sejak masa pesantren—melalui pengajian kitab, keteladanan kyai, dan pembiasaan ibadah—berperan efektif sebagai benteng terhadap budaya konsumtif perkotaan. Secara teologis, hal ini selaras dengan QS. Al-Isra': 27 yang melarang perilaku boros karena menjadikan seseorang sebagai saudara setan.

Pengaruh Gaya Hidup Pesantren terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa Gaya Hidup Pesantren tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif ($t = -1,349 < t \text{ tabel } 1,981; \text{sig.} = 0,179 > 0,05$). Ketidaksignifikanan ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki latar belakang pesantren dan nilai-nilai kesederhanaan, hal tersebut belum secara otomatis membentuk perilaku konsumsi yang lebih rendah ketika berada di lingkungan perguruan tinggi.

Temuan ini dapat dijelaskan oleh fenomena cultural value shock, yaitu benturan antara nilai kesederhanaan pesantren dengan budaya konsumtif perkotaan. Mahasiswa yang memasuki lingkungan sosial yang lebih heterogen dan modern menghadapi pengaruh media sosial, tren gaya hidup urban, tekanan teman sebaya, serta kemudahan akses transaksi digital yang lebih dominan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Fadillah et al. (2024) yang menemukan bahwa santri cenderung mengalami pergeseran perilaku dari kesederhanaan menjadi lebih konsumtif setelah memasuki perguruan tinggi. Nilai rata-rata gaya hidup pesantren yang hanya berada pada kategori sedang (2,73) menguatkan temuan ini bahwa penerapan gaya hidup pesantren belum konsisten di lingkungan kampus.

Pengaruh Simultan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan Internalisasi Nilai Keagamaan dan Gaya Hidup Pesantren berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ($F = 15,728; \text{sig.} < 0,000 < 0,05$). Nilai R^2 sebesar 0,173 menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan 17,3% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 82,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti literasi keuangan syariah, kontrol diri, pengaruh keluarga, dan tekanan teman sebaya.

Signifikansi pengaruh simultan ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor internal (nilai keagamaan yang terinternalisasi) dan faktor latar belakang pendidikan (gaya hidup pesantren) secara bersama-sama berkontribusi membentuk pola konsumsi mahasiswa yang lebih selaras dengan prinsip ekonomi Islam, yaitu keseimbangan (tawazun), pengendalian diri, dan pengelolaan harta secara bijaksana. Temuan ini memperkuat urgensi sinergi antara pendidikan nilai keagamaan yang intensif dengan pembiasaan gaya hidup sederhana yang berkelanjutan, baik di lingkungan pesantren maupun perguruan tinggi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Internalisasi Nilai Keagamaan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kontrol perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya ($t = -3,363; \text{sig.} = 0,001$), artinya semakin tinggi internalisasi nilai keagamaan maka semakin rendah perilaku konsumtif; (2) Gaya Hidup Pesantren tidak berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap kontrol perilaku konsumtif ($t = -1,349$; $\text{sig.} = 0,179$), mengindikasikan nilai kesederhanaan pesantren belum sepenuhnya terwujud dalam pola konsumsi mahasiswa di lingkungan perkotaan; dan (3) Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ($F = 15,728$; $R^2 = 17,3\%$), menunjukkan bahwa kombinasi nilai keagamaan dan gaya hidup pesantren secara bersama-sama berkontribusi pada pembentukan pola konsumsi yang moderat.

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya penguatan internalisasi nilai-nilai Islam secara berkelanjutan, tidak hanya melalui pembelajaran formal tetapi juga melalui pembiasaan perilaku dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Perguruan tinggi yang memiliki mahasiswa berlatar belakang pesantren diharapkan mengintegrasikan pendidikan karakter berbasis nilai Islam dalam kurikulum dan kegiatan kemahasiswaan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas variabel penelitian dengan menambahkan literasi keuangan syariah, kontrol diri, atau pengaruh teman sebaya, serta menggunakan pendekatan mixed methods untuk menggali lebih dalam proses internalisasi nilai keagamaan dari sisi psikologis dan sosiologis.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Laporan Survei Internet Indonesia. APJII.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS). BPS.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Fadillah, M. H., Hulaify, A., & Zakiah. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Siswa-Siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23* (23rd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Data Statistik Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur*. Kemenag RI.
- Munawarah, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Santri. Skripsi, Universitas Islam.
- Panjalu, A. P. E., Hakimah, B. S., Khotimah, S. K., & Fuadi, I. (2022). Proses Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam dalam Membentuk Perilaku Sosial Keagamaan Santri. *Jurnal Risalah*, 8(1).
- Pangastuti, et al. (2025). Indikator Internalisasi Nilai Keagamaan di Pesantren. *Jurnal Pendidikan Islam*.
- Rahmat, A., Asyari, & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Studies*, 4(1).
- Riskiyah, I., & Muzammil. (2020). Internalisasi Nilai-Nilai Keislaman dalam Pendidikan Pesantren. *Jurnal Edukasi dan Sains*, 2(1).

- Ritonga, L. S., & Adiati, R. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya. *E-Journal Unair*, 2(1).
- Santrock, J. W. (2011). *Educational Psychology* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Silma, A. P., et al. (2025). Implementasi Nilai-Nilai Kedisiplinan dalam Sistem Kepengasuhan Santri. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 5(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024 Indonesia Report*. We Are Social.
- Yunus, M. (2024). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Islam*.