

---

## Pergeseran Tren *You Life Only Once* ke *You Need Only One* (Pola Konsumsi Gen Z Perspektif Ekonomi Syariah)

Mutmainnah<sup>1</sup>, Abdul Wadud Nafis<sup>2</sup>, Mahfiyah<sup>3</sup>, Wiwik Nur C<sup>4</sup>, Afifatul Aliyah<sup>5</sup>

<sup>1,2,4</sup>Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

<sup>3</sup>Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Jember

<sup>5</sup>Prodi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

---

### Article Info

#### Article history:

Received : 04/03/2025

Revised : 18/03/2025

Accepted : 26/03/2025

#### Keywords:

YOLO; YONO; Lifestyle; Consumption;  
Islamic Principles

#### DOI:

10.37366/jespb.v10i01.2357

---

### ABSTRACT

This study aims to examine changes in consumption behavior, analyze the influence of a hedonistic lifestyle, and review findings from an Islamic economic perspective. A descriptive quantitative approach was employed, with data collected through an online questionnaire completed by 186 Generation Z respondents in Jember Regency. The t-test results indicate that the YONO trend has a significantly positive impact on awareness of essential consumption, whereas YOLO has a significantly negative impact on awareness of essential consumption. The F-test results show that both YONO and YOLO have a significant positive influence on awareness of essential consumption. These findings suggest a shift from a consumerist culture toward a more prudent and efficient consumption pattern that prioritizes essential needs, aligning with the principles of consumption in Islam among Generation Z in Jember Regency.

---

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini mengkaji perubahan perilaku konsumsi, menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis, dan meninjau temuan dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, pengumpulan data dikumpulkan melalui kuesioner online yang diisi oleh 186 responden Gen Z di Kabupaten Jember. Hasil Uji t menunjukkan bahwa tren YONO berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran terhadap konsumsi esensial dan YOLO berpengaruh negatif signifikan terhadap kesadaran terhadap konsumsi esensial. Hasil Uji f menunjukkan bahwa YONO dan YOLO berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran konsumsi esensial. Temuan ini mengindikasikan adanya pergeseran dari budaya konsumtif menuju pola konsumsi yang lebih bijak dan efisien yang lebih berorientasi pada kebutuhan esensial, sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam pada Gen Z di Kabupaten Jember.

#### Corresponding Author:

Mutmainnah

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email: [mutmainnah@uinkhas.ac.id](mailto:mutmainnah@uinkhas.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah menyebabkan pola pikir masyarakat menjadi lebih konsumtif dalam memenuhi kebutuhannya, terutama di era digital, dimana pemenuhan kebutuhan tersebut semakin mudah diakses. Tren ini terutama terlihat di kalangan anak muda, yang sering disebut sebagai Generasi Z (Gen Z), yang sangat aktif menggunakan internet (Akbar & Armansyah, 2023). Gen Z mencakup manusia

yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dan sering kali diberi label *iGeneration*, generasi internet, atau generasi net. Terkenal karena kemampuannya menangani banyak tugas secara bersamaan, Gen Z telah mendalami teknologi dan internet sejak usia dini. Akibatnya, mereka menjadi sangat bergantung pada teknologi, yang secara halus dapat membentuk kepribadian dan perilaku mereka (Wijoyo et al., 2020). Sekitar 27,94% dari total populasi, banyak Gen Z yang mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan, yang berpotensi mempengaruhi stabilitas masa depan mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya pengelolaan keuangan yang baik agar mereka dapat mengontrol keuangan mereka dengan lebih baik (Agustin et al., 2023).

Gen Z identik dengan gaya hidup *flexing* (Pamer) (Mutmainnah et al., 2023). Pola pikir ini banyak dipengaruhi oleh filosofi "*You Only Live Once*" (YOLO) yang menekankan hidup pada saat ini dan menikmati hidup tanpa mengkhawatirkan masa depan. Bagi banyak orang di generasi ini, gagasan menabung untuk masa pensiun tampak jauh dan abstrak, membuat mereka memprioritaskan liburan yang berkesan daripada investasi finansial. Mereka percaya bahwa perjalanan yang menyenangkan dan menarik menawarkan kepuasan langsung yang dapat dengan mudah dibagikan di media sosial, sehingga meningkatkan gengsi (Cahyani, 2023).

Gaya hidup hedonisme menjadi salah satu dari fenomena yang menarik perhatian apalagi dalam kalangan GenZ. Gen Z akan berpacu dalam mengikuti tren yang ada dan kebiasaan yang mereka lakukan dari sosial media (Mahfiyah & Muthmainnah, 2023). Akibatnya, banyak Generasi Z yang tertarik pada ngongkrong di kafe, shopping di mal, dan keluar malam di karaoke, semuanya dibingkai sebagai cara untuk memanjakan diri mereka sendiri. Perilaku ini bermula dari keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari teman sebayanya. Namun kebiasaan konsumtif tersebut semakin mempersulit generasi ini untuk menyimpan atau menginvestasikan uangnya secara efektif (Khairat et al., 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumaningtyas yang menemukan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih boros dan kurang mempertimbangkan aspek keuangan jangka Panjang (Kusumaningtyas & Rahmandani, 2023), dan penelitian Putra dkk yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan negatif dengan literasi keuangan dan manajemen keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa (Putra et al., 2020).

Namun, dalam beberapa waktu terakhir, terjadi penurunan kegiatan ekonomi ditambah dengan isu krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 2024 sampai awal tahun 2025 (Theodora, 2024), muncul pergeseran tren menuju *YONO* yang mencerminkan pola hidup minimalis dan konsumsi yang lebih bijak (Sitorus, 2025). Munculnya tren gaya hidup hemat atau *frugal living* telah menarik perhatian sebagai respons terhadap kompleksitas ekonomi modern. *Frugal living* merupakan sebuah pilihan hidup yang dilakukan secara sadar oleh individu untuk membatasi pengeluaran dengan tetap memperhatikan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, individu membuat keputusan yang tepat untuk menjalani hidup yang layak saat ini serta melakukan perencanaan yang terukur untuk mencapai target masa depan (Sitorus, 2025). Penelitian Inayati menunjukkan *Frugal living* mengajarkan individu untuk memaknai setiap pengeluaran sebagai kebutuhan, bukan sekadar keinginan (Inayati et al., 2024). Hal ini didukung dengan penelitian Alianti, yang menunjukkan Individu yang mengelola keuangannya secara efektif dapat menyesuaikan pemasukan dan pengeluarannya. Individu yang mengelola keuangannya dengan efektif mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga dapat terhindar dari permasalahan keuangan (Alianti et al., 2021).

Dengan menekankan pentingnya keseimbangan dalam hidup dengan mengelola keuangan disebut dengan gaya hidup minimalis. Pendekatan ini mendorong individu untuk mencurahkan waktu dan perhatiannya pada hal yang benar-benar penting. Untuk menerapkan gaya hidup minimalis, seseorang

dapat memulai dengan merapikan barang-barang yang tidak diperlukan, berinvestasi pada produk-produk berkualitas tinggi, dan memilih barang-barang yang memiliki nilai besar. Minimalisme menantang kebiasaan materialistis dan didorong oleh konsumen, serta mendorong pendekatan belanja yang sadar. Pergeseran ini tidak hanya menumbuhkan rasa bahagia yang lebih besar tetapi juga membantu individu mencapai kehidupan yang lebih seimbang. Prinsip-prinsip utama minimalis termasuk melepaskan kelebihan harta benda, hanya mengonsumsi apa yang diperlukan, dan memahami bahwa uang bukanlah kunci utama menuju kepuasan. Dengan menjalani gaya hidup minimalis, orang dapat meningkatkan kebahagiaan dan keseimbangan hidup mereka dengan mengontrol keinginan mereka dan memprioritaskan hal-hal yang lebih penting (Chanda et al., 2024).

Penelitian ini menekankan bahwa penerapan *YONO* sejalan dengan ajara Islam terkait konsumsi, Islam mengajarkan umatnya menekankan prinsip tauhid, moralitas, larangan bersikap tabzir dan israf, prinsip kesederhanaan dan larangan bermewah-mewahan, prinsip keseimbangan (*Mizan*). Apabila prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam ini diimplementasikan secara keseluruhan oleh umat manusia maka diyakini dapat berimplikasi dalam penyelesaian masalah ketahanan pangan baik dunia maupun nasional (Aini et al., 2024). Penelitian Hasanah menjelaskan bahwa saat ini Gen Z memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya mengelola keuangan secara bijaksana (Hasanah, 2024). Sehingga Fenomena ini perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami pergeseran Tren *YOLO* menjadi *YONO* pada Gen Z khususnya dari perspektif ekonomi syariah yang menekankan prinsip keseimbangan (*Mizan*) dan larangan berlebihan (*israf*).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### 2.1 Gaya Hidup

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai prinsip yang meliputi cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktu dengan aktivitas yang mereka anggap penting dalam lingkungan ketertarikannya, juga terkait apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitarnya (Sabrina et al., 2022). Gaya hidup manusia dapat mempengaruhi perilaku konsumsi. Pada *theory of planned behavior (TPB)* mengasumsikan bahwasannya seseorang berperilaku dengan cara yang logis, menerapkan informasi yang telah ada secara implisit maupun eksplisit dengan mempertimbangkan dampak dari setiap keputusan yang ditetapkan oleh individu tersebut. *TPB* memprediksi bahwa perbuatan tidak seluruhnya merupakan hasil dari keinginan individu tersebut, namun timbul dari pengendalian kinerja perilaku sebagai perkiraan tambahan atas keinginan dan kebiasaannya (Laili, 2022).

### 2.2 YOLO

*YOLO (You Only Live Once-Kamu Hanya Hidup Sekali)* adalah sebuah gaya hidup atau pola pikir yang didefinisikan berbeda-beda pada setiap kebudayaan. Ada yang mendefinisikan *YOLO* sebagai suatu pandangan yang mengupayakan segala sesuatu dalam hidup secara maksimal. Tetapi ada juga yang mendefinisikan *YOLO* pandangan yang dimana hidup hanyalah untuk bersenang-senang. Menurut Bhattacharjee dan Mogilner, pola pikir *YOLO* merupakan pandangan yang memotivasi kehidupan sepenuhnya untuk menjalankan kehidupan dengan memenuhi keinginan dalam hidupnya untuk mencari kesenangan dan kebahagiaan pada saat itu juga. Kebahagiaan setiap orang pastinya berbeda tergantung bagaimana mereka mendefinisikan kebahagiaan itu sendiri dalam hidupnya. *YOLO* dapat memberikan kebahagiaan hidup dari pengalaman yang luar biasa tergantung dalam pemikiran seseorang (Mogilner & Bhattacharjee, 2014).

Tren *YOLO* beriringan dengan Gaya hidup hedonis yang populer di kalangan Gen Z. Gen Z yang mengalami fenomena ini biasanya menginginkan kehidupan yang mewah, nikmat, dan menyenangkan tanpa harus bersusah payah (Gushevinalti, 2010). Gaya hidup hedonis menurut Sulaiman adalah kecenderungan seseorang yang hanya menghabiskan waktunya bersama teman, bermain bersama, dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya (Nurvitria, 2015). Unsur-unsur gaya hidup hedonis dapat didefinisikan sebagai berikut: Pertama, cara orang menghabiskan waktunya yang berbentuk tindakan nyata yang dapat diamati, seperti hobi, percakapan, belanja, perjalanan, aktivitas sosial, hiburan, dan olah raga. Tujuan pengukuran ini adalah untuk mendukung alasan di balik tindakan tersebut. Kedua, minat adalah tingkat kenikmatan yang muncul secara alami dan menarik perhatian pada suatu hal, peristiwa, atau subjek tertentu. Ketiga, opini mengacu pada reaksi lisan atau tertulis seseorang terhadap rangsangan yang dihadirkan. Skenario atau stimulusnya mungkin terkait dengan hiburan, olahraga, komunitas, barang masa depan, atau masalah kemasyarakatan (Kurniawan, 2025).

### 2.3 YONO

*YONO (You Only Need One-Kamu Hanya Butuh Satu Barang)* adalah sebuah gaya hidup yang lebih mengutamakan kualitas, meminimalkan konsumsi barang yang tidak perlu, hingga dampak penghematan hingga kelestarian lingkungan. Dengan membeli sedikit barang, selain berhemat secara ekonomi, jumlah sampah sisa pemakaian juga akan berkurang. *YONO* yang ramai dibahas dan mulai populer di kalangan gen Z di Korea Selatan, menjadi istilah dan gaya hidup baru pada akhir tahun 2024 dan awal tahun 2025. *YONO* mengharuskan seseorang membuat prioritas dan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan menerapkan gaya hidup ini, sifat konsumtif seseorang bisa ditekan (Kurniawan, 2025). *YONO* menjadi tantangan sekaligus jawaban untuk kaum konsumtif. *YONO* akan melatih seseorang mengendalikan keinginan dan lebih memprioritaskan kebutuhan. Selain berdampak pada kesejahteraan ekonomi, gaya hidup ini juga menyejahterakan jiwa dengan mengurangi tingkat stress akibat pemborosan uang dan mengejar keinginan.

Di masa krisis ekonomi, *YONO* menawarkan solusi. Kita jadi terlatih untuk berhemat. Selain itu dampaknya lebih ke berkurangnya tingkat stress, karena kita tidak lagi terus mengejar keinginan yang sebenarnya tidak kita butuhkan (Kurniawan, 2025). Pengaruh buruk yang ditimbulkan disebabkan karena tidak adanya selfcontrol dalam diri manusia. Hal seperti ini bisa memperparah dampak buruk globalisasi, apalagi didukung dengan keberadaan handphone yang ada di genggam tangan. Dengan adanya berbagai variasi kecanggihan teknologi membuat manusia sering larut dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan. Pada akhirnya kebiasaan seperti ini mampu melahirkan budaya konsumtif (Wening, 2014). Akibatnya banyak manusia yang secara perlahan kehilangan kemampuan akalnya untuk bisa mengetahui lebih jauh nilai dari barang yang dikonsumsi (Lestarina et al., 2017).

### 2.4 Prinsip Konsumsi dalam Islam

Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana dan lebih mementingkan kehidupan akhirat dari pada di Bumi. Terdapat beberapa prinsip konsumsi dalam Islam, yaitu:

#### 2.4.1 Tauhid

kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah Azza Wajalla, sehingga konsumen muslim akan senantiasa tetap berada dan berbuat sesuai dengan ketentuan hukum Allah yang sudah ditetapkan. Seorang mukmin akan berusaha mencari kenikmatan dengan mentaati perintah Allah, karena dia meyakini bahwa kegiatan konsumsinya akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah kelak di hari akhir.

#### 2.4.2 Moralitas

Prinsip ini tidak hanya mencakup makanan dan minuman; hal ini menekankan bahwa tujuan akhir dari mengkonsumsi sumber daya ini adalah untuk meningkatkan nilai moral dan spiritual seseorang. Sebagaimana dikemukakan oleh Abu Ya'la al-Maududi, Islam berupaya untuk menjaga terhadap segala bentuk pengeluaran yang dapat menyebabkan kerusakan moral dalam masyarakat, seperti perjudian dan minuman keras, yang hanya berfungsi untuk memuaskan hawa nafsu (Rozalinda, 2014).

#### 2.4.3 Larangan Tabdzir dan Israf

Allah mengutuk perilaku berlebihan dan pemborosan dalam Al-Qur'an, Al-Qur'an mendorong pola pikir ekonomis sebagai aspek mendasar dari etika keagamaan dan pribadi bagi umat Islam. Meskipun Islam menganjurkan pembelanjaan kekayaan secara bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga, serta di jalan Allah, Islam juga menentang perilaku yang ditandai dengan kekikiran, penipuan, dan pemborosan yang tidak perlu (Ramadani & Rakhmah, 2020).

#### 2.4.4 Kesederhanaan

Islam dengan jelas melarang tindakan yang melampaui batas, menekankan sikap moderat dan tidak melakukan pemborosan—yang didefinisikan sebagai pemborosan kekayaan tanpa tujuan dan hanya menuruti keinginan pribadi. Prinsip ini semakin diperkuat dalam Surat Al-Isra (17:16), dimana Allah mengutuk keras tindakan yang melanggar batasan tersebut dan mencerminkan kemaksiatan. Gaya hidup mewah merupakan faktor utama yang berkontribusi terhadap degradasi baik individu maupun Masyarakat (Siswandi, 2013).

#### 2.4.5 Keseimbangan

Harus bersikap seimbang/pertengahan dalam konsumsi. Islam menganjurkan konsumsi yang moderat. Hal ini mengharuskan pemilik harta untuk memanfaatkan sebagian hartanya untuk kepentingan dirinya sendiri, untuk keluarganya, untuk keperluannya, dan demi Allah. Meskipun kekikiran dilarang, maka pemborosan juga dilarang. Prinsip keseimbangan ini, yang dituangkan dalam Al-Qur'an, menumbuhkan rasa keadilan dalam mengkonsumsi. Allah memerintahkan kita untuk tidak melakukan pemborosan dan kekikiran, dan menghimbau setiap orang untuk mengelola kekayaan yang dianugerahkan kepada mereka dengan kebijaksanaan dan tanggung jawab (Maisyarah & Nurwahidin, 2022).

#### 2.5 Hipotesis

Tren YONO beriringan dengan Gaya hidup minimalis. Gaya hidup minimalis membimbing seseorang untuk menyederhanakan hidupnya melalui pengurangan barang-barang yang berlebih dan tidak dibutuhkan. Hidup sederhana bukan berarti hidup dalam kekurangan melainkan hidup dalam kondisi yang cukup disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing, sehingga hal pertama yang menjadi prioritas adalah pemenuhan kebutuhan.

Gaya hidup minimalis berhubungan erat dengan kemanfaatan (*utility*) suatu barang. Dalam teori sosial teori yang membahas kegunaan atau manfaat suatu barang adalah teori pragmatis (kegunaan). Konsep utilitas digaungkan oleh Jhon Stuart Mill, membahas mengenai prinsip kebermanfaatan yang mengarah pada tindakan-tindakan benar dan baik jika mempunyai tujuan untuk sesuatu yang bermanfaat dan tindakan-tindakan buruk jika untuk mendukung kejahatan. Teori utilitas adalah suatu paham etika yang menjadikan perbuatan-perbuatan yang dapat dikategorikan baik adalah perbuatan yang memberi

manfaat, menguntungkan, dan berguna, sedangkan perbuatan-perbuatan yang dikategorikan buruk adalah perbuatan yang memunculkan kerugian dan penderitaan.

Teori utilitas Jhon Stuart Mill menggunakan rumus yang berlandaskan pada principle of utility (prinsip kebermanfaatan) dan greatest happiness (kebahagiaan terbesar). Konsep utility (nilai guna) dilakukan dengan menerapkan prinsip optimalisasi, sehingga seseorang dapat menggunakan barang dalam rangka mencukupi kebutuhan hidup (Suseno, 1997). Sebelum adanya Tren YONO, masyarakat mengenal konsep *frugal living*. *Frugal Living* adalah sikap yang menekankan kesederhanaan, sukarela, dan penolakan terhadap konsumsi berlebihan serta materialisme. Sikap ini mencerminkan kesadaran individu dalam mengelola pengeluaran dengan fokus pada prioritas keuangan (Maisyarah & Nurwahidin, 2022). Generasi Z mengaitkan *frugal living* dengan konsep keberlanjutan (*sustainability*) dan tanggung jawab sosial. Mereka percaya bahwa mengurangi pengeluaran yang tidak perlu tidak hanya bermanfaat bagi keuangan pribadi mereka, tetapi juga untuk lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan. Sehingga dapat ditarik hipotesis pertama, yaitu:

H1 : Pengurangan pemborosan berpengaruh terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial

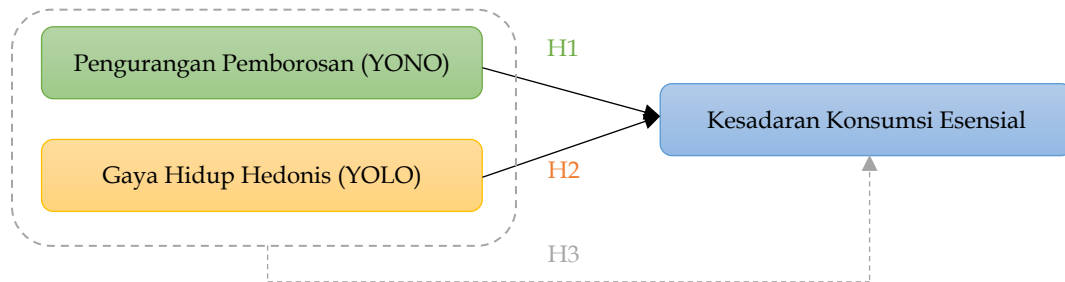
Gaya hidup hedonis dalam teori *Consumer Culture Theory* (Arnould et al., 2019), menekankan bahwa konsumsi bukan hanya tentang kebutuhan, tetapi juga kesenangan dan ekspresi diri. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, konsep *paradox of thrift*, menjelaskan bahwa jika masyarakat terlalu menekan konsumsi, perekonomian justru bisa melambat. Penelitian Anggraini menunjukkan adanya hubungan positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, jika dilihat dalam skala besar, dapat mendorong permintaan barang dan jasa, yang pada gilirannya dapat merangsang pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, konsumsi tetap diperlukan agar roda ekonomi tetap berputar (Anggraini, 2022). Dalam kondisi tertentu, konsumsi hedonis dapat mendorong konsumsi berlebihan yang mengabaikan prinsip esensialitas. Namun, di sisi lain, hedonisme yang dikelola dengan baik dapat tetap sejalan dengan konsumsi yang esensial, terutama jika individu lebih sadar terhadap nilai dari setiap konsumsi yang mereka lakukan. Dengan demikian, muncul hipotesis bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap kesadaran konsumsi esensial. Sehingga dapat ditarik hipotesis ke dua yaitu:

H2 : Gaya Hidup Hedonis berpengaruh terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial

Kebiasaan konsumtif pada Gen Z semakin mempersulit generasi ini untuk menyimpan atau menginvestasikan uangnya secara efektif (Khairat et al., 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumaningtyas yang menemukan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih boros dan kurang mempertimbangkan aspek keuangan jangka Panjang (Kusumaningtyas & Rahmandani, 2023). Namun terdapat kontradiksi dari Penelitian Anggraini yang menunjukkan adanya hubungan positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, jika dilihat dalam skala besar, dapat mendorong permintaan barang dan jasa, yang pada gilirannya dapat merangsang pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, konsumsi tetap diperlukan agar roda ekonomi tetap berputar (Anggraini, 2022). Dapat ditarik kesimpulan, bahwa gaya hidup hedonism mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan mengabaikan kebutuhan esensial, tapi jika dikendalikan dengan bijak, hedonisme tetap dapat selaras dengan prinsip konsumsi yang rasional, terutama ketika individu memiliki kesadaran akan nilai dan manfaat dari setiap keputusan konsumsi yang Gen Z ambil. Dengan demikian, muncul hipotesis Pengurangan pemborosan, gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap kesadaran konsumsi esensial, baik dalam arah positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana individu menyeimbangkan kesenangan dengan rasionalitas dalam konsumsi. Sehingga dapat ditarik hipotesis ke tiga yaitu:

H3: Pengurangan pemborosan, Gaya Hidup Hedonis berpengaruh terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial  
 Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:

Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian



### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Jember. Sampel di ambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel pada penelitian ini Responden yang berkelahiran tahun 1997-2012 dan tinggal di Kabupaten Jember. Pengumpulan data mempergunakan alat bantu kuesioner yang akan diberikan kepada generasi Z di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independent yaitu pengurangan pemborosan (X1) sebagai representasi YOLO, gaya hidup hedonis (X2) sebagai representasi YONO dan 1 variabel dependen yaitu konsumsi esensial (Y). Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Norfai, 2020).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu metode pengujian analitis untuk menilai seberapa konsisten dan dapat dipercaya suatu instrumen sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian. Data akan dianggap reliabel jika Cronbach's Alpha > 0,60 dan tidak dianggap reliabel jika data Cronbach's Alpha < 0,60 (Norfai, 2020).

Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Pengurangan pemborosan	0,715	0,6	Reliabel
Gaya hidup hedonis	0,898	0,6	Reliabel
Kesadaran konsumsi esensial	0,845	0,6	Reliabel

Sumber: SPSS data Diolah 2025.

Berdasarkan kepada tabel di atas menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas variabel pengurangan pemborosan (X1), gaya hidup hedonis (X2), dan kesadaran konsumsi esensial (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha nya > 0,60. Berdasarkan dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat dalam

kuisisioner variabel pengurangan pemborosan (X1), gaya hidup hedonis (X2), dan kesadaran konsumsi esensial (Y) ini reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu jenis pengukuran untuk membuktikan keabsahan data suatu instrumen penelitian. Jika (rhitung) lebih besar dari (rtabel) maka dapat dikatakan data tersebut valid, sedangkan jika (rhitung) lebih kecil dari (rtabel) maka dapat dikatakan data yang diperoleh tidak valid. Untuk mencari (r tabel) dapat menggunakan rumus  $df = N-2$ , jumlah responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 186 orang. Jadi  $df = 186-2 = 184$ , jadi nilainya (rtabel) adalah 0,144 (dilihat dari tabel (rtabel)). Dalam penelitian ini digunakan nilai signifikansi (P-Value). Jika nilai signifikansi  $<0,05$  maka data tersebut valid, jika nilai signifikansi  $>0,05$  maka kesimpulannya data tersebut tidak valid (Norfai, 2020). Berikut merupakan tabel uji validitas dari variabel X1, X2, dan Y.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Signifikan	Keterangan
Pengurangan Pemborosan (X1)	X1.1	.678**	0,144	.000	Valid
	X1.2	.592**	0,144	.000	
	X1.3	.630**	0,144	.000	
	X1.4	.618**	0,144	.000	
	X1.5	.557**	0,144	.000	
	X1.6	.613**	0,144	.000	
	X1.7	.631**	0,144	.000	
Gaya Hidup Hedonis (X2)	X2.1	.806**	0,144	.000	Valid
	X2.2	.790**	0,144	.000	
	X2.3	.838**	0,144	.000	
	X2.4	.844**	0,144	.000	
	X2.5	.829**	0,144	.000	
	X2.6	.740**	0,144	.000	
	X2.7	.678**	0,144	.000	
Kesadaran Konsumsi Esensial (Y)	Y1.1	.795**	0,144	.000	Valid
	Y1.2	.799**	0,144	.000	
	Y1.3	.666**	0,144	.000	
	Y1.4	.729**	0,144	.000	
	Y1.5	.733**	0,144	.000	
	Y1.6	.654**	0,144	.000	
	Y1.7	.673**	0,144	.000	

Sumber: SPSS data Diolah 2025

Data yang dikumpulkan dari variabel-variabel di atas dinilai sah berdasarkan perhitungan pada tabel di atas, sebagaimana ditunjukkan oleh korelasi Pearson yang lebih dari 0,144. Dengan demikian, variabel perilaku konsumen, gaya hidup hedonis, dan literasi keuangan layak dijadikan alat penelitian.

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieriras, dan uji heteroskedastisitas

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menilai apakah data yang dikumpulkan dari kuesioner sudah berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji Nilai Koefisien Varians digunakan untuk tujuan tersebut (Norfai, 2020), dengan rumus:

$$\text{Nilai Koefisien Varians} = \frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Mean}} \times 100$$

Jika nilai koefisien variance < 30% maka data berdistribusi normal. Jika nilai koefisien variance > 30% maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	N	Maximum	Mean	Std. Deviation	Nilai Koefisien Variance
Pengurangan pemborosan	186	35	30,59	2,758	9,016901
Gaya hidup hedonis	186	21	12,50	3,443	27,54063
Kesadaran konsumsi esensial	186	35	30,72	2,811	9,149148
Valid N (listwise)	186				

Sumber: SPSS data Diolah 2025

Berlandaskan hasil pengujian Nilai Koefisien Variance diperoleh Nilai Koefisien Variance X1 9,01% < 30%, X2 Nilai Koefisien Variance 27,54% < 30% , Y Nilai Koefisien Variance 9,14% < 30%. Dimana nilai tersebut memenuhi persyaratan signifikansi uji normalitas maka data bisa dinyatakan berdistribusi secara normal.

#### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana hubungan antar variabel independen. Dalam penelitian ini, Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk menilai multikolinearitas. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas, begitu pula nilai Tolerance yang melebihi 0,1 berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variabel independen (Norfai, 2020).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,753	1,869		7,360	,000		
Pengurangan pemborosan	,630	,055	,618	11,412	,000	,971	1,030
Gaya hidup hedonis	-,183	,044	-,224	-4,145	,000	,971	1,030

a. Dependent Variable: Kesadaran Hidup Esensial

Sumber: SPSS data Diolah 2025

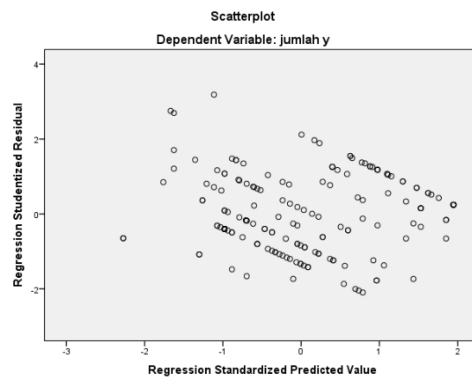
Berdasarkan dari tabel penelitian uji multikolinieritas, dapat disimpulkan bahwa yang ada pada setiap variabel yang sudah diteliti tidak ada hubungan korelasi pada uji multikolinieritas. Hal tersebut

dapat dilihat dari tabel , bahwa pada variabel bebas yaitu pengurangan pemborosan, dan gaya hidup hedonis yang bernilai VIF 1,030 < 10.

### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan teknik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah varians error model regresi tetap konstan. Suatu observasi dianggap homoskedastis jika varians variabelnya stabil. Sebaliknya, heteroskedastisitas ditunjukkan ketika varian antar variabel berbeda. Jika plot sebar tidak menunjukkan pola, dan titik-titik data tersebar di sekitar nol baik di atas maupun di bawah, hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas (Norfai, 2020).

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS data Diolah 2025

Berdasarkan Gambar di atas, temuan uji analisis heteroskedastisitas, titik-titik pada gambar tidak berkumpul pada satu tempat; melainkan tersebar di atas, di bawah, dan di sekitar angka 0. Sebaran titik-titik pada gambar tidak menyerupai gelombang yang semakin melebar dan kemudian berkontraksi. Dari ciri-ciri tersebut terlihat jelas bahwa tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada temuan uji analisis data.

### 4.4 Uji F

Uji simultan atau Uji F adalah untuk mengevaluasi apakah seluruh faktor independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, uji parsial menilai kontribusi individu masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan uji simultan atau uji F, perlu mengacu pada tabel F. Dalam hal ini, kita akan menggunakan nilai F-tabel sebesar 3,05, yang diturunkan dari rumus  $df = k, n-2$  (dimana  $df = 36 - 2 - 1 = 183$ ) (Norfai, 2020).

Tabel 5. Hasil Uji F (Anova)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	700,061	2	350,030	84,128	.000 <sup>b</sup>
Residual	761,402	183	4,161		
Total	1461,462	185			

a. Dependent Variable: Kesadaran Hidup Esensial  
 b. Predictors: (Constant), Pengurangan Keborosan dan Gaya Hidup Hedonis

Sumber: SPSS data Diolah 2025

Dapat kita simpulkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $84,128 > 3,05$  ( $F_{tabel}$ ) atau dengan tingkat Sig berdasarkan tabel di atas anova di atas.  $0,000 < 0,05$ . Artinya hal ini dapat dilihat kesadaran konsumsi esensial (Y) dipengaruhi oleh pengurangan pemborosan (X1), gaya hidup hedonis (X2).

#### 4.5 Uji t

Uji t atau pengujian parsial dapat diterapkan untuk menilai pengaruh independen masing-masing variabel. Untuk analisis ini digunakan rumus  $df = n - 2 - 1$  yang mengacu pada tabel t pada saat evaluasi uji-t. Di sini, 'n' mewakili jumlah responden, sehingga menghasilkan nilai t sebesar 1.972 berdasarkan t tabel (dengan  $df = 186 - 2 - 1 = 183$ ) (Norfai, 2020).

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,753	1,869		7,360	,000		
Pengurangan pemborosan	,630	,055	,618	11,412	,000	,971	1,030
Gaya hidup hedonis	-,183	,044	-,224	-4,145	,000	,971	1,030

a. Dependent Variable: Kesadaran Hidup Esensial

Sumber: SPSS data Diolah 2025

Pengurangan pemborosan (X1)  $t_{hitung}$  sebesar  $11,412 > 1,971$  ( $t_{tabel}$ ), dengan sig. 0,000, menunjukkan signifikansi kurang dari 0,05. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel gaya hidup hedonis (X2) sebesar  $4,145 > 1,971$  ( $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Maka, variabel literasi keuangan X1 menerima H1 dan X2 menerima H2, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). dapat dikatakan bahwa Pengurangan pemborosan (YOLO) berpengaruh signifikan positif terhadap konsumsi esensial. Gaya hidup hedonis (YONO) berpengaruh signifikan negative terhadap konsumsi esensial.

#### 4.6 Koefisien Determinan (Adjusted R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi, sering disebut sebagai nilai R-kuadrat, merupakan aspek penting dalam penelitian regresi linier dasar. Hal ini menunjukkan sejauh mana variabel independen (X) mempengaruhi variabilitas variabel dependen (Y) (Norfai, 2020).

Tabel 7. Hasil Uji Adjusted R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 <sup>a</sup>	,479	,473	2,040

Sumber: SPSS data Diolah 2025

Terlihat jelas dari tabel di atas bahwa koefisien determinasi regresi ini (Rsquare) sebesar 0,479. Hal ini menunjukkan bahwa pengurangan pemborosan (X1), gaya hidup hedonis (X2) yang merupakan faktor independen dalam model ini, dapat menyumbang sekitar 47,9% dari variasi variabel dependen, yaitu perilaku konsumen (Y). Dengan kata lain, pengurangan pemborosan dan gaya hidup hedonis menyumbang empat puluh tujuh persen menunjukkan dampak signifikan terhadap kesadaran konsumsi esensial.

#### 4.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ditujukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) melalui pembentukan persamaan linier (Norfai, 2020).

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,753	1,869		7,360	,000		
Pengurangan pemborosan	,630	,055	,618	11,412	,000	,971	1,030
Gaya hidup hedonis	-,183	,044	-,224	-4,145	,000	,971	1,030

a. Dependent Variable: Kesadaran Hidup Esensial

Sumber: SPSS data Diolah 2025

$$Y = 13,753 + 0,630x_1 - 0,183x_2 + \epsilon$$

Interpretasi variabel regresi:

1) Kesadaran Konsumsi Esensial (Y)

Pada nilai variabel Y 13,753 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, rata-rata kesadaran konsumsi esensial berada pada angka 13,753. Ini mencerminkan tingkat dasar kesadaran konsumsi esensial tanpa adanya pengaruh dari pengurangan pemborosan maupun gaya hidup hedonis

2) Pengurangan pemborosan (X1)

Nilai variabel X1 0,630, menunjukkan variabel Pengurangan Pemborosan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial (Y). Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam upaya pengurangan pemborosan akan meningkatkan kesadaran konsumsi esensial sebesar 0,630 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengurangan pemborosan yang dilakukan, maka kesadaran konsumsi esensial cenderung meningkat

3) Gaya Hidup Hedonisme (Y)

Nilai variabel - 0,183, menunjukkan Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) memiliki pengaruh negatif terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial (Y). Setiap kenaikan satu unit dalam gaya hidup hedonis akan menurunkan kesadaran konsumsi esensial sebesar 0,183 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Ini berarti, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menerapkan gaya hidup hedonis, maka semakin rendah tingkat kesadaran konsumsi esensialnya.

Berdasarkan uji regresi berganda di atas dapat disimpulkan bahwa pengurangan pemborosan berkontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran konsumsi esensial, sedangkan gaya hidup hedonis memberikan dampak negatif.

## 4.8 Intrepretasi

### 4.8.1 Pengaruh Pengurangan pemborosan terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial

Berdasarkan uji t, variabel pengurangan pemborosan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa variabel pengurangan pemborosan berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran konsumsi esensial. Nilai Koefisien beta bernilai positif, sehingga bisa dikatakan pengurangan pemborosan meningkat maka kesadaran konsumsi esensial juga meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasanah menjelaskan bahwa saat ini Gen Z memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya mengelola keuangan secara bijaksana (Hasanah, 2024).

### 4.8.2 Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial

Berdasarkan uji t, variabel gaya hidup hedonisme memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonisme berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran konsumsi esensial. Nilai Koefisien beta bernilai negatif, sehingga bisa dikatakan gaya hidup hedonisme meningkat maka kesadaran konsumsi esensial akan menurun.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Kusumaningtyas menemukan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih boros dan kurang mempertimbangkan aspek keuangan jangka Panjang (Kusumaningtyas & Rahmandani, 2023) dan penelitian Putra dkk yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan negatif dengan literasi keuangan dan manajemen keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa (Putra et al., 2020).

### 4.8.3 Pengaruh Pengurangan Pemborosan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Kesadaran Konsumsi Esensial

Berdasarkan uji F, variabel pengurangan pemborosan dan gaya hidup hedonisme terhadap kesadaran konsumsi esensial memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa pengurangan pemborosan dan gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kesadaran konsumsi esensial.

Pergeseran dari *YOLO* ke *YONO* dapat dipahami sebagai respons Gen Z terhadap tekanan ekonomi global, inflasi, dan pandemi. Hal ini memunculkan efek meninggalkan gaya hidup konsumtif dan beralih ke pola konsumsi yang lebih rasional. Dalam perspektif ekonomi syariah, pola ini sejalan dengan prinsip-prinsip menjalankan hidupan dalam Islam (Maisyarah & Nurwahidin, 2022). Yaitu, Prinsip Keseimbangan (Menjaga keseimbangan antara kebutuhan *duniawi* dan *ukhrawi*) dan Larangan Berlebihan Menghindari pemborosan untuk mencapai keberkahan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan, secara parsial Pengurangan pemborosan (*YOLO*) berpengaruh signifikan positif terhadap konsumsi esensial dan Gaya hidup hedonis (*YONO*) berpengaruh signifikan negatif terhadap konsumsi esensial. Secara simultan Pengurangan pemborosan (*YOLO*) dan Gaya hidup hedonis (*YONO*) berpengaruh signifikan positif terhadap konsumsi esensial. Sehingga dapat dikatakan terjadi pergeseran *YONO* menjadi *YOLO*, hal ini dapat mencerminkan pola konsumsi yang lebih bijak dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah pada Gen Z di Kabupaten Jember, sejalan dengan ajaran Islam yang mengajarkan hidup sederhana dan mengedepankan keseimbangan hidup di Dunia dan Akhirat.

## REFERENSI

- Agustin, D., Nersiwad, N., & Verlandes, Y. (2023). Pengaruh Love Of Money Dan Dender Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi Z Di Kota Mojokerto. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(4), 57–67. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i4.1980>
- Aini, I., Akmal Tarigan, A., & Ari Enghariano SYAHADA Padangsidempuan, D. (2024). PRINSIP KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: TELAHAH TAFSIR QURAN SURAT AL-ISRA'. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 10(1).
- Ainulyaqin, M. H., Rakhmat, A. S., Achmad, L. I., & Fahamsyah, M. H. (2024). Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Mitra Emas iB Masalah: Antara Physical Evidence, Promise, dan Customer Centric. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 389-400.
- Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., Mamun, S., & Anggadita, I. (2024). Minat Pedagang Muslim Menabung Di Perbankan Syariah: Seberapa Besar Pengaruh Pengetahuan dan Budaya Kerja?. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 490-497.
- Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z BERDASARKAN LITERASI KEUANGAN, EFIKASI DIRI, DAN GENDER. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(2). <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836>
- Alianti, D., Risdy Absari Indah Pratiwi, & Roni Kurniawan. (2021). Pengaruh Literasi Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Milenial Di Kota Tanjungpinang Dengan Love Of Money Sebagai Variabel Intervening. *Student Online Journal*, 2(2).
- Anggraini, T. R. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2). <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12020>
- Arnould, E., Press, M., Salminen, E., & Tillotson, J. S. (2019). Consumer culture theory: Development, critique, application and prospects. In *Foundations and Trends in Accounting* (Vol. 12, Issue 2). <https://doi.org/10.1561/17000000052>
- Cahyani, M. (2023). *P2P Lending Terhadap Pengelolaan Finansial Generasi Milenial dan Generasi Z*.
- Chanda, V., Assa, V., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). GAYA HIDUP MINIMALIS: MENGURANGI BARANG, MENAMBAH KEBAHAGIAAN.
- Gushevinalti, G. (2010). Telaah Kritis Perspektif Jean Baudrillard Pada Perilaku Hedonisme Remaja. *Idea*, 4(15).
- Hasanah, N. (2024). Frugal Living : Perspektif Generasi Z Melalui Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1).
- Inayati, N. D. I., Jamilah, I., & Sujianto, A. E. (2024). Penerapan Konsep Frugal Living dalam Perencanaan Keuangan Pribadi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 2264–2278.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kurniawan. (2025). 2025: Era YOLO Mulai Memudar, Berganti dengan Era YONO. <https://momsmoney.kontan.co.id/news/2025-era-yolo-mulai-memudar-berganti-dengan-era-yono>
- Kusumaningtyas, A., & Rahmandani, A. (2023). HUBUNGAN ANTARA SELF-DISCLOSURE DENGAN PENYESUAIAN DIRI PADA MAHASISWA PRODI D3 KEPERAWATAN POLTEKKES SEMARANG. *Jurnal EMPATI*, 12(4). <https://doi.org/10.14710/empati.2023.28298>
- Laili. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perencanaan Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mahfiyah, & Muthmainnah, M. (2023). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce Pada Generasi Z. *Tasharruf: Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1). <https://doi.org/10.55757/tasharruf.v4i1.221>

- Maisyarah, A., & Nurwahidin, N. (2022). PANDANGAN ISLAM TENTANG GAYA HIDUP FRUGAL LIVING (ANALISIS TERHADAP AYAT DAN HADITS). *Tadarus Tarbawiy: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan*, 4(2). <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2.7221>
- Marwiyah, S. L., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2023). Analisis pengaruh perilaku konsumtif dan tingkat pendapatan terhadap online shopping pada e-commerce Shopee dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4279-4294.
- Mogilner, C., & Bhattacharjee, A. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41, 1-17. <https://doi.org/10.1086/674724>
- Mutmainnah, M., Fahimatussyam, A., & Rakhman Wijaya, A. (2023). FENOMENA FLEXING DALAM EKONOMI ISLAM. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.69503/econetica.v5i1.360>
- Norfai. (2020). Manajemen Data Menggunakan SPSS. *Universitas Islam Kalimantan, Juli*.
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan 2013 FIP UNY. *E- Journal Bimbingan Dan Konseling*, 11.
- Octisa, M., Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., & Edy, S. (2024). Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Sukuk Di Indonesia: Suatu Tinjauan Fenomenologi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1316-1325.
- Putra, P. D., Harahap, K., & Rahmah, S. S. (2020). THE HEDONISM LIFESTYLE, FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL MANAGEMENT AMONG BUSINESS EDUCATION STUDENTS TO FINANCIAL MANAGEMENT. *Journal of Community Research and Service*, 4(1). <https://doi.org/10.24114/jcrs.v4i1.18287>
- Ramadani, D. M., & Rakhmah, S. (2020). Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi mengenai Etika Ekonomi Islam. *Jurnal Dirasat*, 15(1).
- Rozalinda. (2014). Rozalinda, Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014). *Jurnal Paradigma*, 4(1).
- Sabrina, H., Tarigan, E. D. S., Nasution, A. M. U., & Parulian, T. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DI KOTA MEDAN. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 5(1). <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i1.11311>
- Sarmila, L., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Mamun, S. (2024). Determin Minat Beli Ulang Mie Gacoan Bekasi dengan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3606-3623.
- Siswandi. (2013). Konsep Yusuf Al-Qaradhawi Tentang Norma Dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sitorus, S. A. (2025). *Perubahan gaya hidup: Dari YOLO ke YONO, pilihan hidup yang lebih baik*. <https://www.antaraneews.com/berita/4583710/perubahan-gaya-hidup-dari-yolo-ke-yono-pilihan-hidup-yang-lebih-baik>
- Suseno, F. M. (1997). *13 Tokoh Etika: Sejak Zaman Yunani Sampai Abad Ke-19*. Kanisius.
- Theodora, A. (2024). *Manufaktur dan Konsumsi Lesu, Pertumbuhan Ekonomi 2024 Sulit Capai Target*. <https://www.kompas.id/artikel/manufaktur-dan-konsumsi-lesu-pertumbuhan-ekonomi-2024-sulit-capai-target>
- Widyar, V. R., Ainulyaqin, M. H., Ahmad, Y., & Edy, S. (2024). Analisis Penggunaan Instagram dan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat dengan Transparansi Badan Amil Zakat Sebagai Variabel Intervening. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 330-348.
- Wening, S. (2014). Waspada Konsumerisme. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., & Handokp. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* Penulis. In *Pena Persada Redaksi* (Issue July).