



Kultur Nongkrong Warkop Analisis Dinamika Sosial dan Perilaku Konsumtif Generasi Muda Pendekatan Konseling Islam

Muslima, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

✉ muslima@ar-raniry.ac.id

Abstract: The coffee shop (warkop) hangout culture has become a prominent social phenomenon among urban youth. This activity not only functions as a form of recreation and social interaction but also often fosters excessive consumerist behavior. This study aims to analyze the dynamics of Islamic counseling in responding to the warkop hangout culture that influences youth consumerism. The research employed a qualitative phenomenological approach, utilizing observation, in-depth interviews, and documentation with students and young workers in several popular coffee shops. The findings reveal that while warkop hangouts provide social values, identity, and peer relations, they also contribute to increased spending and a show-off lifestyle. Islamic counseling, grounded in the Qur'an, Hadith, and the principle of tazkiyatun nafs, can serve as a mental-spiritual development strategy to reduce consumerist tendencies. In conclusion, the hangout culture can be transformed into a positive space when integrated with Islamic approaches, thus requiring counselors, religious leaders, and educators to utilize this phenomenon as an avenue for informal da'wah and counseling.

Keywords: Islamic Counseling, Hangout, Coffee Shop, Consumerist Behavior, Youth

INTRODUCTION

Kultur nongkrong di warung kopi (warkop) telah menjadi fenomena sosial yang menonjol di kalangan generasi muda Indonesia. Bagi banyak remaja dan mahasiswa, warkop bukan hanya sekadar tempat membeli minuman, melainkan ruang sosial di mana interaksi antar teman berlangsung, identitas kelompok dibangun, serta kebutuhan akan eksistensi terpenuhi (Syahrial, 2019). Studi oleh Putri (± 3 tahun lalu) menunjukkan bahwa budaya nongkrong di kafe menjadi salah satu cara pembentukan identitas kelas menengah bagi anak muda di Jakarta Selatan, di mana aktivitas nongkrong sering disertai konsumsi yang "dipamerkan" secara social (Pramita & Pinasti, 2016); (Siregar, 2023).

Seiring perkembangan budaya nongkrong, muncul pula kecenderungan perilaku konsumtif, yakni keinginan membeli dan menggunakan barang atau jasa tanpa pertimbangan kebutuhan secara rasional, dipicu oleh tekanan sosial, tren, dan dorongan untuk tampil. Contoh terkini: studi mengenai mahasiswa S1 muslim di Medan menemukan bahwa perubahan sosial dan perilaku konsumtif sangat berkaitan dengan munculnya sindrom Fear of Missing Out (FoMO) (Andina & Zulaikha, 2024). Dalam riset lain (Iqbal & Ngizan, 2023); (Widiawati, Idrus, & Mario, 2023); (Yth, 2023), mahasiswa program Magister di Universitas Islam Indonesia menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif, terutama melalui pembelian barang mewah, hiburan, dan gaya hidup glamor.

Di sisi lain, konseling Islam sebagai pendekatan yang menggabungkan aspek spiritual, moral, dan psikologis dapat menjadi alternatif dalam meredam perilaku konsumtif tersebut. Konseling Islam memanfaatkan nilai-nilai ajaran Islam seperti qana'ah (bersyukur atas apa yang dimiliki), kejujuran, tanggung jawab, dan pengendalian diri (self-control) untuk membentuk kesadaran dan pola perilaku yang lebih sehat. Walaupun terdapat beberapa penelitian mengenai konseling Islam dan pengendalian diri, masih sedikit yang mengkaji bagaimana konseling Islam bisa dijalankan atau muncul secara informal dalam kultur nongkrong di warkop dan efeknya terhadap perilaku konsumtif generasi muda (Wahyudi, 2022); (Mukhlis & Sofiani, 2021); (Botha & Dahmann, 2024).

Selain itu, kultur nongkrong di warkop memiliki karakteristik khas yang berbeda dengan nongkrong di kafe yang lebih trendi atau formal. Warkop seringkali lebih sederhana, lebih mudah diakses, dengan biaya yang lebih terjangkau, serta suasana yang lebih santai dan akrab. Misalnya penelitian tentang nongkrong di warung kopi Mato Kopi Yogyakarta menunjukkan bahwa mahasiswa memilih warung kopi karena harga terjangkau, suasana sederhana, dan keakraban. Kondisi seperti ini memungkinkan interaksi sosial yang lebih intens, sehingga kultur nongkrong bisa menjadi ruang potensial bagi konseling informal, diskusi moral, atau pewarisan nilai-nilai agama, apabila ada intervensi atau peran aktif dari tokoh agama/guru/konselor.

Kajian literatur terbaru juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berkaitan erat dengan tekanan sosial dari lingkungan teman sebaya, media sosial, dan norma sosial modern, di mana generasi muda merasa perlu menyesuaikan diri dengan gaya hidup tertentu agar diakui atau "tidak tertinggal". Hal ini menjadikan konseling Islam sangat relevan, karena selain mengajarkan kontrol diri, juga menawarkan kerangka nilai dan orientasi hidup yang berbeda dari konsumtif-tren-sentris (Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Herlina, 2017); (Putri, Mappatempo, & Syah, 2025)

Tinjauan Pustaka

1. Konseling Islam: Konsep, Tujuan, dan Prinsip

Konseling Islam merupakan proses bantuan yang berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis, yang bertujuan menuntun individu menuju kesehatan mental-spiritual serta perilaku yang sesuai syariat. Al-Qur'an menegaskan pentingnya memberi nasihat yang baik, sebagaimana dalam QS. An-Nahl:125 yang menyerukan dakwah dengan hikmah dan nasihat yang baik. Dalam Hadis Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wasallam juga ditekankan bahwa "Agama adalah nasihat" (HR. Muslim), yang menjadi dasar pendekatan konseling Islami. Literatur kontemporer mendefinisikan konseling Islam sebagai proses tazkiyatun nafs (penyucian jiwa) yang membantu individu menemukan keseimbangan psikologis dan spiritual. Tujuan utama konseling Islam ialah meningkatkan iman, mengurangi tekanan psikologis, serta membentuk akhlak karimah dalam kehidupan sehari-hari (Putri et al., 2025)(Azka Silma Awawina, 2022); (Riyadi, 2013).

2. Budaya Nongkrong di Warkop: Aspek Sosial, Ekonomi, dan Psikologis

Fenomena nongkrong di warkop atau kedai kopi menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda. Dari aspek sosial, warkop berfungsi sebagai ruang interaksi dan jaringan sosial yang memfasilitasi diskusi, relasi pertemanan, bahkan solidaritas komunitas (Wimpie Fernandez, 2017); (Alinea.id, 2022). Dari aspek ekonomi, warkop bertransformasi menjadi ruang bisnis kreatif dengan daya tarik harga terjangkau,

fasilitas internet, dan suasana yang santai (Orwela, 2022). Secara psikologis, nongkrong di warkop juga memberikan rasa keterikatan sosial (sense of belonging), namun sekaligus dapat memicu gaya hidup konsumtif akibat pengeluaran berulang untuk nongkrong (Hermawan, Septa Amelia, & Muhammad Samudra, 2024).

3. Perilaku Konsumtif: Definisi, Faktor Penyebab, dan Dampak bagi Generasi Muda

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu membeli atau menggunakan barang/jasa bukan karena kebutuhan mendasar, melainkan dorongan emosional, gengsi, atau tekanan sosial (Afifah & Yudiantoro, 2022). Faktor penyebab perilaku konsumtif antara lain pengaruh lingkungan sosial, media digital, tren gaya hidup, serta lemahnya kontrol diri (Taqwa & Mukhlis, 2022). Dampaknya bagi generasi muda mencakup kesulitan ekonomi, pola hidup boros, serta berkurangnya ketahanan spiritual karena orientasi hidup lebih terfokus pada kesenangan material (Pratiwi, 2023).

4. Hubungan Konseling Islam dengan Gaya Hidup

Konseling Islam dapat membantu mengelola perilaku konsumtif melalui internalisasi nilai qana'ah (merasa cukup), zuhud (tidak berlebihan), dan syukur sebagai filter perilaku konsumsi. Melalui pendekatan konseling berbasis Qur'ani, konselor dapat menuntun klien agar membedakan antara kebutuhan (hajat) dan keinginan (raghbah), sehingga lebih rasional dalam mengelola gaya hidup. Studi terbaru menegaskan bahwa nilai-nilai Islami mampu menjadi mekanisme kontrol sosial dan psikologis dalam menghadapi budaya konsumtif generasi muda (Destalia, 2024); (Ahmad Zuhairuz Zaman, 2015); (Adzkiya, 2018). Dengan demikian, konseling Islam berperan strategis dalam membentuk gaya hidup moderat dan sehat secara spiritual.

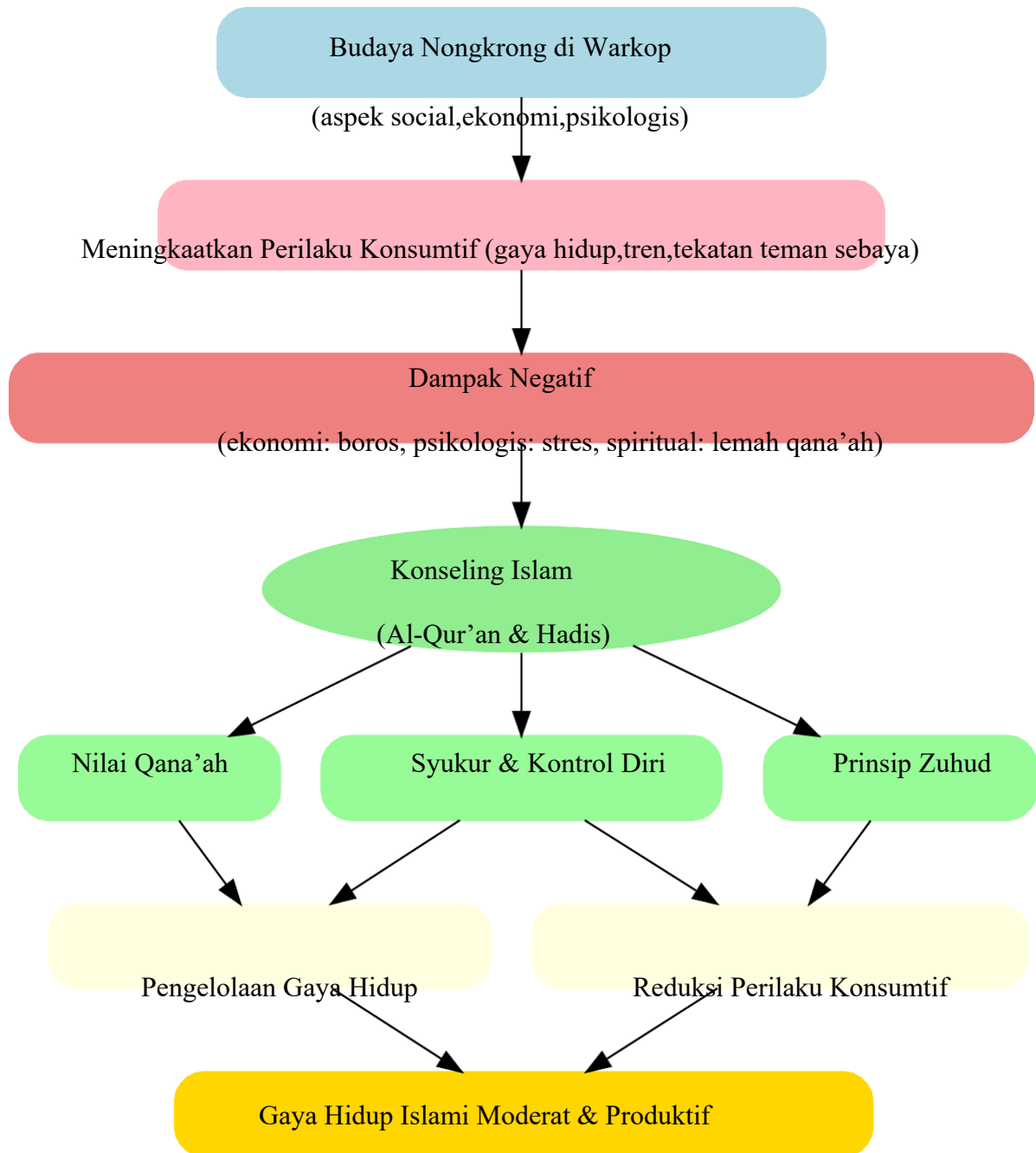
5. Studi Terdahulu

Penelitian mengenai budaya nongkrong di warkop menunjukkan bahwa ruang ini menjadi arena reproduksi budaya populer dan gaya hidup generasi muda, termasuk budaya kopi yang semakin meningkat (Faras Putri, 2020a). Penelitian (Faras Putri, 2020b) menemukan hubungan negatif signifikan antara sikap qana'ah dan perilaku konsumtif mahasiswa. (Yuliati, 2021) mengungkapkan bahwa generasi Z memiliki tingkat konsumtif tinggi akibat pengaruh gaya hidup modern. (Rahmayani, 2020) menyoroti dukungan sosial dan gaya hidup sebagai faktor perilaku konsumtif siswa. Sementara itu, studi (Bagiarsana, Santiari, & ..., 2024); (Rahmayani, 2020) menekankan bahwa nilai-nilai Islami seperti qana'ah dapat berfungsi sebagai filter dalam menghadapi konsumerisme. Studi-studi ini menunjukkan adanya hubungan erat antara budaya nongkrong, konsumtif, dan relevansi konseling Islam sebagai solusi preventif maupun kuratif.

Kerangka Konseptual

Fenomena budaya nongkrong di warkop menjadi ruang sosial generasi muda, yang pada satu sisi memperkuat interaksi dan solidaritas, namun di sisi lain memicu perilaku konsumtif karena adanya pengeluaran berulang, tren gaya hidup, dan tekanan sosial. Perilaku konsumtif ini berdampak pada aspek ekonomi (boros, utang), psikologis (stres, rendah kontrol diri), dan spiritual (melemahnya qana'ah). Konseling Islam hadir sebagai pendekatan preventif dan kuratif dengan menginternalisasikan nilai Al-Qur'an dan Hadis, khususnya prinsip qana'ah (merasa cukup), syukur, zuhud, dan kontrol diri. Nilai-nilai ini membantu generasi muda membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta membangun gaya hidup islami yang moderat.

Dengan demikian, konseling Islam menjadi filter gaya hidup yang mengarahkan budaya nongkrong tetap produktif (diskusi, jejaring sosial, kreativitas) tanpa jatuh pada perilaku konsumtif yang berlebihan.



METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan desain studi lapangan. Pendekatan fenomenologi dipilih karena mampu menggali makna pengalaman subjektif generasi muda dalam budaya nongkrong di warkop, serta bagaimana

nilai-nilai konseling Islam dapat menjadi filter perilaku konsumtif. Studi lapangan memungkinkan peneliti untuk mengamati langsung dinamika sosial dan budaya yang terjadi di lokasi penelitian (Suparyanto Rosad, 2020); (Murjani, 2022).

Lokasi penelitian ditetapkan pada beberapa warung kopi (warkop) populer di kawasan kota Banda Aceh dan Aceh Besar. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingginya intensitas budaya nongkrong di warkop yang menjadi ikon gaya hidup generasi muda. Selain itu, kota-kota besar memiliki dinamika sosial-ekonomi yang kompleks, sehingga lebih mudah ditemukan fenomena perilaku konsumtif di ruang nongkrong.

Subjek penelitian ini adalah generasi muda yang aktif nongkrong di warkop, meliputi mahasiswa, pelajar, dan pekerja muda. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, dengan mempertimbangkan keterlibatan intensif mereka dalam budaya nongkrong serta relevansinya dengan isu perilaku konsumtif. Generasi muda dipandang sebagai kelompok yang rentan terhadap gaya hidup konsumtif, namun sekaligus menjadi target penting dalam penerapan konseling Islam (Pahleviannur, Grave, Saputra, & Mardianto, 2023).

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memahami interaksi sosial dan pola konsumsi di warkop. Wawancara mendalam dilakukan dengan subjek penelitian untuk menggali pengalaman pribadi dan pandangan mereka terkait budaya nongkrong serta konsumtif. Dokumentasi meliputi foto, catatan lapangan, maupun rekaman wawancara yang memperkuat keabsahan data.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data disusun dalam bentuk narasi deskriptif agar pola dan hubungan antarvariabel dapat terlihat jelas. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif untuk merumuskan makna fenomena yang diteliti, sesuai dengan prinsip analisis kualitatif fenomenologis.

RESULTS AND DISCUSSION

1. Deskripsi Kultur Nongkrong di Warkop: Nilai Sosial, Relasi, dan Identitas Anak Muda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warkop bukan sekadar tempat minum kopi, tetapi berfungsi sebagai ruang sosial dan identitas anak muda. Warkop menjadi arena interaksi yang memperkuat jaringan pertemanan, solidaritas, dan aktualisasi diri. Bagi sebagian besar anak muda, nongkrong di warkop adalah bentuk ekspresi budaya populer yang menandai keanggotaan dalam kelompok tertentu. Identitas sosial terbentuk melalui frekuensi hadir, jenis minuman yang dipesan, hingga cara berinteraksi di meja diskusi. Penelitian (Khakamulloh, Mayasari, & Yusup, 2020) menyebutkan bahwa budaya ngopi telah menjadi simbol gaya hidup urban yang menyatukan komunitas lintas latar belakang. Temuan ini sejalan dengan (Faizin, Khususyairi, & Afdholy, 2025) yang menekankan fungsi warkop sebagai ruang komunikasi budaya dan simbol pergaulan.

2. Temuan Perilaku Konsumtif: Frekuensi Nongkrong, Pengeluaran, dan Gaya Hidup Pamer

Fenomena konsumtif tampak jelas dari pola nongkrong anak muda. Mayoritas responden mengaku nongkrong di warkop 3–5 kali dalam seminggu, dengan rata-rata pengeluaran Rp25.000–50.000 per kunjungan. Selain kebutuhan sosial, terdapat kecenderungan gaya hidup pamer (showing off), misalnya dengan memilih menu mahal, memotret aktivitas nongkrong, dan membagikannya di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa nongkrong tidak lagi sekadar kebutuhan interaksi, tetapi juga sarana membangun citra diri. (Krisnayana, 2020a) menemukan bahwa generasi Z cenderung mengaitkan aktivitas konsumsi dengan pencitraan sosial. (Krisnayana, 2020b) menambahkan bahwa

lemahnya sikap qana'ah berkorelasi positif dengan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Dinamika Konseling Islam: Nilai Islami dalam Ruang Nongkrong

Temuan menarik dalam penelitian ini adalah bahwa nilai-nilai Islami dapat masuk ke ruang nongkrong melalui bentuk-bentuk sederhana seperti diskusi agama, refleksi diri, maupun sharing tentang pengalaman spiritual. Beberapa warkop bahkan menjadi lokasi kajian keislaman informal, di mana komunitas muda membicarakan isu sosial dengan perspektif religius. Konseling Islam, baik dalam bentuk formal (kegiatan kelompok) maupun nonformal (percakapan ringan), terbukti membantu meningkatkan kesadaran diri terhadap pengelolaan keuangan dan gaya hidup. (Shofiyyah, Komarudin, & Ulum, 2023) menekankan bahwa maqam qana'ah dapat diaktualisasikan untuk menghadapi budaya konsumtif, sementara (Fronika, Listari, Olivia, Yulistina, & Asvio, 2023) menunjukkan bahwa nilai Islami efektif menjadi filter konsumerisme modern. Dengan demikian, ruang nongkrong dapat diposisikan sebagai arena strategis untuk internalisasi nilai Islami.

4. Analisis Kritis: Konseling Islam sebagai Strategi Pembinaan Mental-Spiritual

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa konseling Islam memiliki potensi besar sebagai strategi pembinaan mental-spiritual untuk mengurangi perilaku konsumtif generasi muda. Jika kultur nongkrong dipandang hanya dari sisi ekonomi, maka ia cenderung membawa dampak negatif berupa pemborosan. Namun, dengan pendekatan konseling Islami, warkop dapat diubah menjadi media edukasi sosial dan spiritual. Prinsip qana'ah (merasa cukup), syukur, dan kontrol diri yang ditanamkan melalui konseling Islam dapat menahan dorongan konsumtif serta mengalihkan orientasi nongkrong ke arah produktif, seperti diskusi akademik, kreativitas komunitas, dan penguatan ukhuwah. Analisis ini sejalan dengan temuan (Tarmizi, 2024) tentang perilaku konsumtif santri, yang dapat ditekan melalui penguatan kesadaran spiritual. Dengan demikian, konseling Islam tidak hanya berfungsi pada ranah klinis atau individual, tetapi juga pada ranah sosial-kultural generasi muda di ruang publik seperti warkop.

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa konseling Islam memiliki relevansi signifikan dalam membimbing generasi muda yang terjebak pada perilaku konsumtif akibat budaya nongkrong di warung kopi (warkop). Konseling Islam, dengan basis Al-Qur'an, Hadis, dan prinsip tazkiyatun nafs (penyucian jiwa), mampu menghadirkan pendekatan mental-spiritual yang menekankan pada kesadaran diri, pengendalian nafsu, serta penguatan akhlak. Dengan demikian, konseling Islam dapat berfungsi sebagai strategi pencegahan sekaligus rehabilitasi perilaku konsumtif yang semakin marak di kalangan anak muda.

Kultur nongkrong di warkop, meskipun berpotensi menumbuhkan perilaku konsumtif, juga menyimpan peluang sebagai ruang interaksi sosial yang positif. Jika dipandu dengan pendekatan Islami, nongkrong dapat diarahkan menjadi media pembelajaran, diskusi, dan penguatan nilai religius, sehingga menciptakan keseimbangan antara kebutuhan sosial, spiritual, dan ekonomi generasi muda.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah perlunya keterlibatan konselor, tokoh agama, dan praktisi pendidikan untuk memanfaatkan fenomena nongkrong di warkop sebagai ruang dakwah dan konseling informal. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan konseling Islam, tetapi juga mampu membumikan nilai-nilai religius di tengah kehidupan modern yang kental dengan budaya konsumtif.

REFERENCES

- Adzkiya, A. (2018). *Konseling Kelompok; Pendekatan Cognitive Behavior Therapy (CBT); Teknik Thought Stopping; Teknik Home Work Assignment; Perilaku Konsumtif*.
- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *Yume : Journal of Management*.
- Ahmad Zuhairuz Zaman, M. B. M. (2015). Analisis Hak Waris Bagi Transgender Menurut Hukum Islam Dan Hukum Kewarisan Di Indonesia. *Mabahits Jurnal Hukum Keluarga*.
- Alinea.id. (2022). Saat warkop-warkop bersolek bak kafe dan restoran.
- Andina, F., & Zulaikha, S. (2024). Nongkrong di Kafe Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*. <https://doi.org/10.62379/jishs.v3i2.2257>
- Azka Silma Awawina. (2022). Peta Konsep Keilmuan Bimbingan dan Konseling Islam. *Assertive: Islamic Counseling Journal*. <https://doi.org/10.24090/j.assertive.v1i1.6988>
- Bagiarsana, I., Santiari, N. P. L., & ... (2024). Perancangan Corporate Identity Pada Pandang Coffee Café Untuk Meningkatkan Brand Awareness. ... *Institut Teknologi Dan*
- Botha, F., & Dahmann, S. C. (2024). Locus of control, self-control, and health outcomes. *SSM - Population Health*. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2023.101566>
- Destalia, S. J. (2024). Hubungan Antara Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi E-Commerce. *Skkripsi*.
- Faizin, A., Khususyairi, J. A., & Afdholi, N. (2025). Konstruksi Makna Budaya Ngopi Kopag (Kopi Pagi) Masyarakat Kota Malang. *Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*.
- Faras Putri, Z. (2020a). Konsumerisme Anak Muda dalam Budaya Nongkrong. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Faras Putri, Z. (2020b). Konsumerisme Anak Muda dalam Budaya Nongkrong (Studi Kasus Preferensi Cafe di Jakarta Selatan). *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Fronika, D., Listari, A. P., Olivia, D., Yulistina, M., & Asvio, N. (2023). Penanaman Nilai-Nilai Islami bagi Anak Berkebutuhan Khusus Tuna Laras. *Ghaitsa : Islamic Education Journal*. <https://doi.org/10.62159/ghaitsa.v4i2.856>
- Hermawan, D., Septa Amelia, L., & Muhammad Samudra, R. (2024). Analisis Warkop Teras Sebagai Tempat Nongkrong Mahasiswa Jabodetabek Berdomisili di Surabaya. *JUSKOP - Jurnal Studi Komunikasi Dan Politik*.
- Iqbal, M., & Ngizan, F. N. (2023). Hubungan Gaya Hidup “Nongkrong”, Aktivitas Sedentary, dan Konsumsi Minuman Manis dengan Status Gizi pada Mahasiswa. *Jurnal Nutrisia*. <https://doi.org/10.29238/jnutri.v25i1.315>
- Khakamulloh, M., Mayasari, M., & Yusup, E. (2020). Analisis pola komunikasi budaya ngopi di komunitas Karawang Menyeduh. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i1.28887>
- Krisnayana, R. (2020a). Realitas Budaya Ngopi Di Cafe Pada Remaja. *Dialektika*. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v7i1.1423>
- Krisnayana, R. (2020b). Realitas Budaya Ngopi Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mukhlas, M., & Sofiani, I. K. (2021). Landasan Teori Konseling Islam. *Kaisa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v1i1.192>
- Murjani. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Ptk. *Cross-Border*.
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., & Mardianto, D. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Kollegial supervision*.
- Pramita, D. A., & Pinasti, I. S. (2016). Nongkrong di Warung Kopi ... (Dea Ayu P.). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.

- Pratiwi, T. Y. (2023). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.
- Putri, M. D., Mappatempo, A., & Syah, F. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*. <https://doi.org/10.60036/jbm.683>
- Rahmayani, Z. (2020). Budaya Nongkrong dan Representasi Ruang atas Kedai Kopi Serta Ruang Representasional Bagi Para Pelanggan Kedai Kopi.
- Riyadi, A. (2013). Zikir Dalam Al-Quran Sebagai Terapi Psikoneurotik (analisis terhadap Fungsi bimbingan dan konseling islam). *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*.
- Shofiyyah, N. A., Komarudin, T. S., & Ulum, M. (2023). Integrasi Nilai-Nilai Islami dalam Praktik Kepemimpinan Pendidikan: Membangun Lingkungan Pembelajaran yang Berdaya Saing. *El-Idare: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.19109/elidare.v9i2.19383>
- Siregar, F. A. (2023). Pengaruh Pembatasan Jam Malam Bagi Perempuan Terhadap Pelecehan Seksual Dalam Perspektif Kriminologi. Skripsi.
- Suparyanto Rosad. (2020). Metodologi Kualitatif. Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi.
- Syahrial, M. F. (2019). Makna perilaku sosial remaja penikmat kopi lelet di kota rembang. Maharsi. <https://doi.org/10.33503/maharsi.v1i02.553>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>
- Tarmizi. (2024). Bimbingan Konseling Islami. Perdana Publishing.
- Wahyudi, A. (2022). Buku Ajar Pengantar Bimbingan Dan konseling Islam. Bimbingan Dan Konseling Islami.
- Widiawati, Idrus, I. I., & Mario. (2023). Perilaku Nongkrong Anak Muda di Cafe (Studi pada Pelanggan Coffee Shop Kedai Rakyat di Watampone). *Sawerigading: Journal of Sociology*.
- Wimpie Fernandez. (2017). Antara Wi-Fi dan Warung Kopi: Hilangnya Interaksi Sosial Antar Individu oleh Wimpie Fernandez Halaman 2 - Kompasiana.com.
- Yth, K. (2023). Nota Pembimbing Tesis. Eprints.Walisongo.Ac.Id.
- Yuliati, R. (2021). Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo). In Digilib.Uinsby.Ac.Id..