

Analisis Teori Max Weber Pada Preferensi Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Platform E-Commerce (Perspektif Ekonomi Syariah)

Maulidayati

IAIN Palangka Raya

Email: maulidayati661@gmail.com

Muhsin Aseri

IAI Darul Ulum Kandangan

Email: muhsinaseri7@gmail.com

Tri Hidayati

IAIN Palangka Raya

Email: tri.hidayati@iain-palangkaraya.ac.id

Abstrak:

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi mahasiswa, khususnya melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan sejenisnya. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis preferensi perilaku konsumsi mahasiswa dalam berbelanja online dengan menggunakan pendekatan teori tindakan sosial Max Weber, yang dikaji dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, melalui wawancara yang mendalam terhadap mahasiswa yang aktif menggunakan e-commerce. Temuan menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak semata-mata didasarkan pada rasionalitas ekonomi (tindakan rasional instrumental), namun juga dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, budaya, dan keyakinan agama (tindakan rasional berorientasi nilai dan tradisional). Dari perspektif ekonomi syariah, sebagian perilaku konsumsi mahasiswa masih belum sejalan dengan prinsip etika konsumsi Islam, terutama terkait dengan perilaku konsumtif, penggunaan fitur paylater, dan ketidaksesuaian terhadap nilai kehalalan produk. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi literasi ekonomi syariah yang dalam hal ini tidak hanya menekankan aspek fiqh muamalah, tetapi juga kesadaran sosial dan etika dalam bertransaksi digital.

Kata Kunci: Teori Tindakan, konsumsi mahasiswa, e-commerce

Abstract:

The development of digital technology has changed the consumption patterns of students, especially through e-commerce platforms such as Shopee, Tokopedia, and the like. This article aims to analyze the preferences of students' consumption behavior in online shopping using Max Weber's social action theory approach, which is examined from the perspective of Islamic economics. This study uses a qualitative method with a descriptive-analytical approach, through in-depth interviews with students who actively use e-commerce. The findings show that students' consumption behavior is not solely based on economic rationality (instrumental rational action), but is also influenced by social, cultural, and religious values (value-oriented and traditional rational action). From the perspective of Islamic economics, some students' consumption behavior is still not in line with the principles of Islamic consumption ethics, especially related to consumptive behavior, the use of paylater features, and inconsistency with the halal value of products. The results of this study emphasize the importance of Islamic economic literacy education which in this case not only emphasizes the aspects of muamalah fiqh, but also social awareness and ethics in digital transactions.

Keywords: Action Theory, student consumption, e-commerce

PENDAHULUAN

Max Weber adalah seorang intelektual multifaset yang memberikan kontribusi signifikan di beberapa bidang. Ia secara luas dianggap sebagai salah satu pelopor sosiologi modern dan tata kelola negara karena karyanya yang inovatif sebagai ekonom, politisi, sosiolog, dan ahli geografi yang lahir di Erfurt Jerman, pada tanggal 21 April 1864.¹

Max Weber memperkenalkan konsep makna suatu tindakan dalam analisisnya tentang tindakan sosial. Ia berpendapat bahwa individu dalam masyarakat adalah agen kreatif, dan realitas sosial bukanlah alat yang statis melainkan hasil dari paksaan fakta sosial. Oleh karena itu, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh fakta sosial seperti norma, nilai, dan kebiasaan. Meskipun demikian, Weber akhirnya mengakui keberadaan struktur dan institusi sosial dalam masyarakat. Struktur sosial dan institusi sosial merupakan konsep yang saling terkait yang membentuk tindakan sosial. Data serupa web melaporkan, saat ini Shopee menjadi situs e-commerce kategori marketplace yang paling

¹ Shengyan Yang dan Qinghong Yan, "Study on Consumption Behavior of Campus Student in E-Commerce Models under Big Data," *Frontiers in Business, Economics and Management* 12, no. 1 (16 November 2023): 204–8, <https://doi.org/10.54097/fbem.v12i1.14098>.

banyak dikunjungi di Indonesia. Pada September 2023, Shopee menerima 237 juta kunjungan, meningkat 38% dari awal tahun.²

Munculnya e-commerce memperkenalkan fenomena konsumsi baru di kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa. Konsumen kini tidak hanya membeli untuk memenuhi kebutuhan, namun juga untuk memenuhi dorongan emosional dan gaya hidup hedonis. Aktivitas berbelanja yang dulu bersifat fungsional, kini berubah menjadi bagian dari gaya hidup, di mana keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh keinginan pribadi, tren sosial, dan kemudahan akses. Fenomena ini relevan dikaji dalam perspektif tindakan sosial Max Weber, khususnya pada empat tipologi tindakannya: tindakan rasional instrumental, tindakan rasional nilai, tindakan afektif, dan tindakan tradisional.³

Mahasiswa dalam melakukan konsumsi pembelian barang dipengaruhi berbagai alasan tindakan yang mempengaruhinya. Diantaranya tindakan rasional nilai, tindakan instrumental, tindakan afektif, dan tindakan tradisional. Mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya dipengaruhi tindakan sosial instrumental karena untuk melakukan aktivitasnya mahasiswa harus memiliki barang atau alat penunjang aktivitas tersebut. Yang mana dalam keputusan pembelian mengartikan bahwa tahap dimana konsumen mempunyai kemampuan untuk menentukan pilihan dan mempunyai kemauan untuk membeli suatu produk untuk bisa mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan dilakukan.⁴

Paradigma ekonomi baru telah muncul, dengan fokus pada gaya hidup konsumtif dan mengikuti tren terkini. Paradigma ini bertepatan dengan

² Agus Waluyo, "Understanding the Values of Islamic Economics and Javanese Philosophy Pertaining to the Work Ethic of Muslim Merchants in Salatiga," *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 12, no. 2 (17 Desember 2022): 393-419, <https://doi.org/10.18326/ijims.v12i2.393-419>.

³ Annemiek Schilpzand dan Eelke De Jong, "Work Ethic and Economic Development: An Investigation into Weber's Thesis," *European Journal of Political Economy* 66 (Januari 2021): 101958, <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101958>.

⁴ Aulia Ramadhani Abdullah, Muhammad Syukur, dan Ashari Ismail, "Perilaku Mahasiswa Kota Palopo Memanfaatkan Aplikasi TikTok Untuk Belanja Online Dalam Perspektif Max Weber" 06, no. 3 (2024).

kebangkitan dunia maya yang disebabkan oleh kemajuan teknologi internet.⁵ Hal ini menyebabkan tumbuhnya industri bisnis dan pemasaran di internet. Internet telah menjadi platform populer bagi bisnis untuk memasarkan produk dan layanan mereka, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dengan pesat. Sebaliknya, praktik e-commerce dan e-business telah terbukti menguntungkan baik bagi perusahaan maupun konsumen.

Sejak awal, teori-teori ini telah berfungsi sebagai kerangka kerja yang memandu identifikasi topik penelitian. Selain itu, teori aksi sosial dan ruang publik digunakan untuk mengkaji dan mengungkap potensi bidang penyelidikan selama tahap analisis penelitian. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi perilaku konsumsi mahasiswa dalam berbelanja online dengan menggunakan pendekatan teori tindakan sosial Max Weber, yang dikaji dari perspektif ekonomi syariah.

Dalam konteks ini, preferensi perilaku konsumsi mahasiswa menarik untuk dikaji lebih dalam. Mahasiswa tidak hanya melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor nilai, kebiasaan sosial, hingga dorongan emosional. Namun, di balik kemudahan dan tren konsumsi online tersebut, muncul persoalan dari sudut pandang ekonomi syariah. Perilaku konsumtif, pembelian impulsif, hingga penggunaan fitur *paylater* yang berpotensi mengandung unsur *riba* menjadi perhatian serius. Dalam Hukum Ekonomi Syariah, konsumsi harus dilakukan secara bertanggung jawab, beretika, dan menghindari pemborosan (*israf*) maupun praktik yang dilarang syariat. Oleh karena itu, penting untuk meninjau bagaimana preferensi konsumsi mahasiswa di platform e-commerce saat ini dapat dinilai dari perspektif syariah. Permasalahan yang timbul bukan hanya berkaitan dengan meningkatnya konsumsi digital, melainkan juga pada aspek makna sosial dari tindakan tersebut.

Penelitian ini hadir untuk menjawab persoalan tersebut dengan menganalisis bagaimana teori Max Weber dapat digunakan dalam membaca preferensi

⁵ M Soleh Mauludin dkk., "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce," t.t.

perilaku konsumsi mahasiswa di era e-commerce, serta bagaimana tindakan-tindakan tersebut dikaji dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Dengan demikian, kajian ini tidak hanya menjadi kontribusi teoritis dalam pengembangan sosiologi ekonomi Islam, tetapi juga memberikan panduan praktis dalam pembentukan budaya konsumsi Islami yang relevan di era digital.

METODE

Artikel ini menggunakan teknik penulisan Penelitian Perpustakaan, yang melibatkan pencarian sumber daya dalam lingkungan perpustakaan. Untuk mengumpulkan data, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, melalui wawancara yang mendalam terhadap mahasiswa yang aktif menggunakan e-commerce. Metode ini merupakan bagian integral dari proses ini dan berkontribusi terhadap kualitas penulisan secara keseluruhan.

Sebagaimana gaya hidup dan keinginan mahasiswa mengikuti tren terkini mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Kemudahan bertransaksi jual beli yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan e-commerce membuat mahasiswa menjadi konsumtif. Maka dari itu, topik pembahasan dalam penelitian ini membahas mengenai analisis teori Max Weber pada preferensi perilaku konsumsi mahasiswa di platform e-commerce (perspektif ekonomi syariah)

PEMBAHASAN

Teori tindakan sosial Max Weber berpusat pada maksud dan tujuan aktor. Dengan teori ini, kita dapat memperoleh wawasan tentang perilaku individu dan kelompok, dengan menyadari bahwa tindakan mereka dimotivasi oleh beragam tujuan dan alasan.⁶ Teori tersebut dapat diterapkan untuk memahami berbagai pola perilaku yang ditunjukkan oleh individu dan kelompok. Dengan melakukan hal ini, kita dapat mengapresiasi dan memahami alasan yang

⁶ Rahmat Abd Fatah, "Recognize Max Weber's Social Action Theory in Individual Social Transformation," *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science* 2, no. 02 (1 Maret 2024): 659-66, <https://doi.org/10.59653/ijmars.v2i02.681>.

mendasari tindakan mereka. Menurut Weber, pendekatan paling efektif untuk memahami kelompok yang berbeda adalah dengan mengenali bentuk-bentuk tindakan khas yang mendefinisikan mereka.⁷ Dengan cara ini, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang mengapa anggota suatu komunitas berperilaku seperti itu.

Pemenuhan kebutuhan manusia pada dasarnya terkait dengan tindakan konsumsi. Konsumsi adalah aktivitas dasar manusia yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar untuk kelangsungan hidup. Lembaga Menurut penelitian Forrester, pasar ritel online diperkirakan akan mengalami tingkat pertumbuhan rata-rata sebesar 10%. Sebagai hasil dari pertumbuhan ini, semakin banyak perusahaan yang termotivasi untuk menerapkan teknik pemasaran online. Potensi penggunaan internet sebagai alat pemasaran dan e-commerce telah banyak dibahas dan dikembangkan, khususnya oleh para profesional pemasaran. Sehingga disimpulkan bahwa e-commerce melalui internet menawarkan banyak peluang bisnis.⁸

Tindakan sosial Max Weber pada pola konsumsi mahasiswa pada pola konsumsinya berdasarkan teori tindakan sosial Max Weber, pola konsumsinya dipengaruhi oleh beberapa faktor atau alasan dari setiap konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa. Konsumsi berupa pembelian barang atau alat untuk menunjang beberapa keperluan dengan berbagai macam latar belakang dan alasan. Teori aksi sosial Max Weber sependapat dengan pernyataan ini.⁹ Diantaranya misalnya mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya berupa barang atau alat untuk menunjang kebutuhannya dipengaruhi tindakan sosial instrumental, mahasiswa melakukan belanja atau konsumsi berupa barang atau alat dipengaruhi tindakan sosial rasional nilai berupa pakaian untuk

⁷ Khusniati Rofi'ah dan Moh Munir, "Jihad Harta dan Kesejahteraan Ekonomi Pada Keluarga Jamaah Tabligh: Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber," *Justicia Islamica* 16, no. 1 (27 Juni 2019): 193–218, <https://doi.org/10.21154/justicia.v16i1.1640>.

⁸ Effendi Chairi, "Ketiadaan Otoritas Terpusat dalam Fenomena Kontemporer di Indonesia: Kritik Terhadap Teori Otoritas Max Weber," t.t.

⁹ Vivin Devi Prahesti, "Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD," *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 13, no. 2 (31 Desember 2021): 137–52, <https://doi.org/10.37252/annur.v13i2.123>.

menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar sesuai nilai yang dianut masyarakat dengan harapan diterima ke dalam masyarakat.

Teori tindakan sosial tradisional Max Weber sejalan dengan gagasan bahwa kehidupan siswa terkait dengan penggunaan layanan internet. Gaya hidup mahasiswa saat ini sangat terfokus pada estetika, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan ini memicu konsumerisme, karena pelajar berupaya menjaga penampilan. Belanja online telah menjadi cara yang populer bagi pelajar untuk dengan mudah membeli barang-barang untuk menunjang penampilan mereka.¹⁰

Menurut mahasiswa memilih menggunakan aplikasi untuk membeli barang yang dibutuhkannya karena karena aplikasi Shopee mudah untuk diakses dan di operasikan. Kemudian terdapat banyak promo atau diskon yang tersedia. Terdapat promo gratis ongkos kirim jika pembayaran menggunakan Shopeepay. Pada aplikasi Shopee juga tersedia banyak toko online serta pilihan barang dan model yang tersedia sangat lengkap sehingga tidak perlu mengeluarkan waktu dan tenaga untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan di toko offline. Kemudian dikarenakan terdapat banyak toko online di aplikasi Shopee, hal ini mempermudah mahasiswa dalam mencari harga terbaik untuk produk atau barang yang diperlukannya.

Maraknya belanja online dan platform media sosial sebagai alat pemasaran telah menghasilkan pasar yang sangat kompetitif bagi bisnis online untuk bersaing mendapatkan perhatian konsumen.¹¹ Agar dapat berkembang dan berkembang, dunia usaha harus menyadari bahwa konsumen adalah sumber daya mereka yang paling berharga. Untuk mencapai hal tersebut, pelaku usaha harus memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap beragam keinginan dan

¹⁰ Vivin Devi Prahesti, "Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD," *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 13, no. 2 (31 Desember 2021): 137-52, <https://doi.org/10.37252/annur.v13i2.123>.

¹¹ Fatichatul Afifah, "MOTIVASI PENGGUNAAN TAS SAMPAH DI SDN KENDALPAYAK: Analisis Tindakan Sosial Teori Max Weber," *Ibtidaiyyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah* 1, no. 1 (22 Februari 2022): 47-62, <https://doi.org/10.18860/ijpgmi.v1i1.1066>.

kebutuhan pelanggannya. Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian bersifat dinamis dan unik.

Sebagai makhluk sosial, manusia secara alami berupaya untuk hidup berdampingan dengan orang lain dalam komunitasnya dan memenuhi kebutuhan satu sama lain. Keinginan bawaan untuk berinteraksi satu sama lain merupakan kebutuhan mendasar manusia. Untuk mencapai hal ini diperlukan proses interaksi dan tindakan sosial. Oleh karena itu, tindakan sosial adalah landasan interaksi manusia dan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sosial. Faktor psikologis merupakan salah satu pengaruh utama terhadap perilaku pembelian online. Faktor-faktor ini merupakan keadaan internal konsumen yang memotivasi mereka untuk terlibat dengan produk sebagai hasil dari upaya promosi yang dilakukan oleh bisnis. Indikator kepercayaan dan keamanan sering kali digunakan sebagai faktor psikologis untuk mendorong pembelian online.¹²

Menurut Weber, realitas sosial pada dasarnya terdiri dari individu-individu dan tindakan-tindakan sosial yang bertujuan. Ia mendefinisikan sosiologi sebagai suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman interpretatif tentang tindakan sosial, yang pada akhirnya mengarah pada penjelasan kausal tentang hasil dan arahnya. Yang dimaksud dengan "tindakan" Weber mengacu pada semua perilaku manusia, selama individu yang memulainya menganggap tindakan tersebut memiliki makna subjektif. Istilah "sosial" digunakan karena individu yang bertindak memberikan makna subjektif padanya, mempertimbangkan tindakan orang lain, dan akibatnya mengarahkannya ke arah tujuan tertentu.¹³

Pada hakikatnya tindakan manusia identik dengan perilaku manusia dan mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan oleh individu. Ketika membahas

¹² Dwi Sartika dkk., "Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa," *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (23 Juli 2024): 335-50, <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.287>.

¹³ Moehadi dkk., "Peran E-Commerce Dan Gaya Hidup Dalam Menentukan Perilaku Konsumen," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 15, no. 1 (2 Juli 2024): 18-23, <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v15i1.3953>.

tindakan pada tingkat yang lebih rumit, hal ini tidak hanya mencakup tindakan individu, tetapi juga praktik yang dilakukan oleh kelompok sosial. Max Weber memandang realitas sosial didasarkan pada tujuan dan tindakan individu.¹⁴ Tindakan sosial dapat diartikan sebagai setiap tingkah laku manusia yang mempunyai makna subyektif. Weber mendalilkan bahwa tindakan sosial harus mengandung tiga komponen kunci untuk dipertimbangkan. Pertama, perilaku tersebut harus mempunyai makna subyektif. Kedua, perilaku tersebut berdampak pada tindakan aktor lain. Ketiga, perilaku juga dipengaruhi oleh tindakan aktor lain.¹⁵

Orang cenderung mencurahkan lebih banyak waktu untuk meneliti spesifikasi produk secara online, dibandingkan mengunjungi toko fisik secara fisik. Toko online menawarkan kemudahan kepada konsumen yang menyukai belanja hedonis, atau berbelanja untuk kesenangan pribadi.

Konsumen ini dimotivasi oleh keinginan akan kenikmatan, fantasi, dan kepuasan emosional ketika melakukan aktivitas berbelanja.¹⁶ Gagasan Weber tentang tindakan sosial mencakup tindakan yang secara terbuka ditujukan kepada individu lain, serta tindakan yang bersifat internal dan berpotensi dapat diamati oleh orang lain berdasarkan pengaruh situasional. Selain itu, tindakan sosial dapat bermanifestasi sebagai perilaku berulang yang berasal dari situasi serupa, atau sebagai persetujuan pasif dalam keadaan tertentu.

Pada stimuli pemasaran yang terdiri dari produk, harga distribusi, promosi dan rangsangan lain seperti: ekonomi, teknologi, politik, budaya. Kedua hal tersebut

¹⁴ Mila Rahma Wati Arifin dan Septyan Budy Cahya, "PENGARUH PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL MONEY DAN PLATFORM E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA" 12, no. 2 (2024).

¹⁵ Teguh Lesmana, "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI MILENIAL DALAM BERBELANJA ONLINE," *Jurnal EBI* 5, no. 2 (1 September 2023): 46-56, <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.175>.

¹⁶ Jufair Farisi, Ida Subaida, dan Minullah Minullah, "PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST), BELANJA ONLINE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PENGGUNA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE PADA KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 3, no. 4 (3 Agustus 2024): 686, <https://doi.org/10.36841/jme.v3i4.4912>.

akan mempengaruhi psikologi konsumen dan karakteristik konsumen dalam melakukan proses pengambilan keputusan. Dengan begitu setelah adanya pertimbangan mengenai pengambilan keputusan, apabila produk atau layanannya sesuai maka akan terjadinya keputusan pembelinya. Baik itu membeli atau tidak membelinya.¹⁷

Weber mengeksplorasi bentuk-bentuk praktis tindakan sosial dan hubungan sosial dalam karyanya. Dia membuat perbedaan antara dua bentuk pemahaman mendasar, yang didasarkan pada jenis hubungan yang dimilikinya dengan tindakan yang bersifat rasional atau emosional. Tipe pertama adalah pemahaman langsung, yang melibatkan pengamatan dan pemahaman langsung terhadap suatu tindakan. Tipe kedua adalah pemahaman penjelasan, yang melibatkan penempatan tindakan spesifik seorang aktor ke dalam konteks penjelasan atas perilaku berkelanjutan individu.¹⁸

Analisis Weber mengenai tindakan sosial dapat dikategorikan sebagai statistik empiris. Weber memisahkan tindakan sosial ini menjadi dua kelompok berbeda. Kajian awal Weber berpusat pada konsep perilaku reaktif, yang mengacu pada tindakan impulsif yang memiliki signifikansi subjektif. Sederhananya, ini adalah tindakan yang dilakukan tanpa tujuan atau kesadaran yang telah ditentukan sebelumnya dari pihak individu yang terlibat.¹⁹

Kajian Weber mempunyai bidang konsentrasi kedua, yaitu tindakan sosial. Tindakan sosial dipicu oleh rangsangan atau reaksi dari luar terhadap perilaku individu yang bertindak sebagai anggota masyarakat. Tindakan seperti ini secara

¹⁷ Suciati Puspitaningrum dan Cut Irna Setiawati, "Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin," *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (22 Desember 2021): 151-67, <https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.14085>.

¹⁸ Maheswara Wira Yoganata, "Transformasi E-Business di Era Society 5.0 Mengubah Perilaku Konsumen dan Model Bisnis," *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen* 2, no. 2 (26 April 2024): 54-68, <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.402>.

¹⁹ Mohammad Syawaludin, "DIMENSI SOSIAL AGAMA: ANALISIS DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI," t.t.

tidak langsung dipengaruhi oleh tindakan para aktor di masyarakat sehingga lebih subjektif.²⁰

Max Weber menggolongkan tindakan menjadi empat tipe, diantaranya yakni:²¹

1. Rasionalitas instrumental (Zwerk Rational): Tindakan sosial yang dikenal sebagai rasionalitas instrumental dianggap sebagai tindakan yang paling rasional, karena melibatkan pengambilan keputusan yang disengaja dan logis sehubungan dengan tujuan yang ingin dicapai, serta cara yang digunakan untuk mencapainya. Individu dilihat sebagai memiliki macam-macam tujuan yang mungkin diinginkannya, dan atas dasar suatu kriteria menentukan satu pilihan diantara tujuan-tujuan yang saling bersaing, lalu individu menilai alat yang mungkin dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan. Ketika seseorang melakukan suatu tindakan sosial, itu merupakan contoh rasionalitas instrumental. Jenis tindakan ini didorong oleh pilihan dan pertimbangan sadar mengenai tujuan tindakan dan alat yang dapat diakses untuk mencapainya. Manusia terlibat dalam tindakan sosial dengan intensionalitas, setelah dengan cermat mempertimbangkan tujuan mereka dan metode yang akan mereka gunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Artinya tindakan dan perilaku yang mereka tunjukkan mempunyai tujuan dan dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu. Tindakan sosial melibatkan pertimbangan sadar mengenai tujuan dan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Manusia sadar akan tindakannya dan sadar akan maksud di balik tindakannya. Dalam konteks penelitian, tindakan yang penuh perhitungan dan instrumental ini merupakan salah satu dari beberapa tindakan sosial yang cocok untuk menganalisis kehidupan sosial ekonomi masyarakat tradisional pertambangan minyak.

²⁰ Anindya Putri Amara, Abdul Malik, dan Sodiah, "RASIONALITAS BERBELANJA ONLINE MAHASISWA (Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)," *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 2 (30 November 2022): 135–44, <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.759>.

²¹ Ahmad Izzul Haq, "Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Rutinitas Pembacaan Qs. Al-Anbiya':79 Di Pondok Pesantren Al-Fattah Kartasura," *Al-Misykah: Jurnal Studi Al-qur'an dan Tafsir* 5, no. 1 (30 Juni 2024): 52–75, <https://doi.org/10.19109/almsykh.v5i1.23896>.

2. Rasionalitas yang berorientasi nilai (*Werk Rational*): Tindakan rasional yang berorientasi nilai merupakan jenis tindakan sosial yang mirip dengan tindakan rasional instrumental karena melibatkan pertimbangan yang matang dan tujuan yang jelas. Namun perbedaan keduanya terletak pada nilai-nilai mendasar yang menjadi pedoman tindakannya. Dalam tindakan rasional yang berorientasi nilai, perhitungan dan pertimbangan secara sadar hanyalah alat, sedangkan tujuan akhir didasarkan pada nilai-nilai individu yang bersifat mutlak atau mempunyai nilai signifikan bagi individu. Nilai-nilai ini sudah ada, dan individu mempertimbangkan cara untuk mencapainya. Dengan kata lain, fokusnya adalah pada nilai-nilai itu sendiri, bukan sekedar cara untuk mencapainya. Fokus dari aksi sosial ini terletak pada manfaat yang dapat diberikan, tanpa mempertimbangkan tujuan yang harus dicapai. Standar mengenai apa yang dianggap dapat diterima secara moral dan etika didasarkan pada evaluasi masyarakat. Oleh karena itu, yang penting dalam konteks ini adalah kepatuhan tindakan terhadap prinsip-prinsip dasar yang mengatur kehidupan masyarakat. Nilai mempunyai bentuk yang berbeda-beda, mulai dari nilai budaya dan agama hingga keyakinan pribadi yang dianut oleh individu dalam masyarakat. Karena setiap orang atau kelompok menganut nilai-nilai yang berbeda, tindakan yang diambil oleh individu dapat memiliki arti yang berbeda. Sebuah ilustrasi tentang tindakan berbasis nilai adalah orang kaya menyumbang kepada orang yang lebih miskin dengan tujuan membantu mereka dan menerima berkah dari kekuatan yang lebih tinggi. Praktek ini dilandasi oleh nilai-nilai agama yang mengajarkan pentingnya memberi kepada mereka yang kurang mampu.
3. Tindakan afektif/tindakan yang dipengaruhi emosi (*Affectual Action*): Tindakan afektif, tidak seperti tindakan rasional instrumental dan tindakan rasionalitas berorientasi nilai, bukanlah hasil pertimbangan secara sadar. Sebaliknya, itu adalah reaksi impulsif yang lahir dari emosi dan perasaan seseorang. Penciptaannya sepenuhnya spontan dan tanpa proses

pemikiran sadar. Bentuk tindakan sosial khusus ini terutama dicirikan oleh emosi atau sentimen, bukan pertimbangan sadar atau pengorganisasian yang disengaja. Ketika seseorang mengalami emosi yang intens seperti cinta, kemarahan, ketakutan, atau kegembiraan, dan bereaksi terhadap emosi tersebut tanpa kontemplasi atau pemikiran sebelumnya, mereka menunjukkan perilaku afektif. Perilaku ini tidak memiliki kriteria rasional atau pertimbangan logis, sehingga menjadikannya sepenuhnya tidak rasional. Tindakan afektif seringkali bersifat impulsif dan didorong oleh emosi, kurang rasionalitas dan nalar. Tindakan tersebut merupakan ekspresi emosi dan perasaan individu. Salah satu contohnya dapat dilihat pada perilaku para penambang, yang emosinya dapat menimbulkan konflik akibat persaingan atau perbedaan pendapat.

4. Tindakan tradisional/tindakan karena kebiasaan (Traditional action): Tindakan melakukan suatu tindakan sosial sering kali merupakan hasil dari mengikuti tradisi lama atau kebiasaan yang sudah mendarah daging dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kebiasaan-kebiasaan ini dianggap standar dan tidak dapat diubah, sehingga menjadikan tindakan tersebut tidak direncanakan secara sadar sebelumnya. Cara dan tujuan tindakan tersebut tidak ditentukan sebelumnya, melainkan hanya merupakan pengulangan dari kebiasaan yang sudah mendarah daging dari generasi ke generasi. Pola perilaku pada individu seringkali dapat ditelusuri kembali ke kebiasaan nenek moyang, tanpa adanya refleksi atau perencanaan yang disadari. Tindakan yang dipengaruhi oleh emosi dikategorikan sebagai tindakan afektif, yang ditandai dengan spontanitas dan kurangnya pemikiran rasional. Jenis tindakan ini merupakan cerminan langsung dari keadaan emosi seseorang. Apabila orientasi tindakan sosial mendominasi suatu kelompok masyarakat tertentu, maka kebiasaan dan pemahaman mereka akan dijunjung oleh adat istiadat dan tradisi yang sudah lama ada di wilayah tersebut. Adat-istiadat ini dipandang sebagai kerangka acuan yang diterima tanpa ada pertanyaan apa pun. Pemahaman dan proses berpikir masyarakat

tradisional, yang dibentuk oleh adat istiadat yang telah berusia berabad-abad, telah diteliti secara ekstensif di berbagai lapisan masyarakat sekitar. Meskipun peralatan modern sudah canggih, masyarakat yang mengekstraksi minyak dengan cara tradisional tetap teguh dalam praktiknya dan menolak perubahan.

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja online melalui Shopee dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti persepsi tentang belanja online, diskon, tren mode, penampilan, dan pengaruh kelompok pertemanan. Faktor-faktor ini mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan, melainkan lebih kepada keinginan.

Mahasiswa cenderung menunjukkan perilaku konsumsi yang cerdas, terarah, dan sensitif terhadap tren. Faktor-faktor seperti keinginan konsumsi, atmosfer konsumsi, dan sumber informasi memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mereka. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa adalah konsumen yang terinformasi dan dipengaruhi oleh lingkungan digital mereka.²² Kehadiran platform e-commerce seperti Shopee telah mengubah pola perilaku belanja mahasiswa Generasi Z.²³ Faktor-faktor seperti harga terjangkau, kemudahan penggunaan, dan pengaruh media sosial berkontribusi pada perubahan ini. Generasi Z lebih cenderung berbelanja online karena kemudahan dan variasi produk yang ditawarkan.²⁴

Strategi pemasaran online, termasuk iklan yang ditargetkan dan promosi media sosial, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Penelitian menunjukkan bahwa hampir setengah dari variabilitas dalam keputusan pembelian mahasiswa dapat dijelaskan oleh strategi pemasaran

²² Puja Umasugi dkk., "PERILAKU KONSUMSI ERA DIGITAL: STUDI KASUS MAHASISWA MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE" 1 (2020).

²³ Nur Afifah Rosnadia Putri dan Sri Setyo Iriani, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee," *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 8, no. 2 (1 November 2019): 69, <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>.

²⁴ Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah," *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 6, no. 1 (22 Juni 2022): 24-37, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.

online. Intensitas penggunaan e-commerce dan tingkat literasi ekonomi juga mempengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa.

Fenomena meningkatnya aktivitas konsumsi mahasiswa melalui platform e-commerce seperti Shopee telah menjadi perhatian dalam dinamika sosial dan ekonomi saat ini.²⁵ Mahasiswa, yang sebelumnya dikenal sebagai kelompok dengan gaya hidup hemat dan selektif dalam pengeluaran, kini menunjukkan kecenderungan konsumtif yang semakin tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan akses teknologi, strategi pemasaran digital, diskon, flash sale, serta fitur-fitur interaktif di aplikasi Shopee yang mendorong keputusan konsumsi secara cepat dan impulsif.²⁶

Max Weber dalam sosiologi ekonomi menekankan bahwa tindakan sosial manusia, termasuk dalam hal konsumsi, tidak hanya didorong oleh kepentingan ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai, norma, dan keyakinan. Hal ini menjadi sangat relevan dalam ekonomi syariah, yang melihat perilaku konsumsi sebagai ibadah, bukan sekadar kegiatan ekonomi. Dalam pandangan Weber, ada tindakan rasional instrumental (berorientasi tujuan) dan rasional nilai (berdasarkan keyakinan). Mahasiswa muslim yang berbelanja di platform e-commerce seperti Shopee, misalnya, bisa menunjukkan kedua bentuk rasionalitas ini: Mereka memilih produk berdasarkan efisiensi harga, kualitas, dan manfaat (rasional-instrumental). Namun, mereka juga bisa menolak produk atau cara transaksi tertentu karena bertentangan dengan nilai-nilai Islam seperti menghindari unsur haram, riba, dan israf (rasional-nilai).

Ekonomi syariah memandang ini sebagai bentuk keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual, yang sejalan dengan pendekatan Weber yang melihat bahwa nilai bisa menjadi motivator tindakan rasional.

²⁵ Haerunnisa, Dwi Khaira Ramdhanni, dan Ricky Firmansyah, "Analisi Strategi Negosiasi Pada Platform Shopee," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 7, no. 1 (30 Juni 2021): 29–38, <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.602>.

²⁶ Lina Ayu Safitri dan Chriswardana Bayu Dewa, "ANALISA PENGARUH MASA NEW NORMAL PADA PENJUALAN ONLINE MELALUI E-COMMERCE SHOPEE," *Jurnal Manajemen Daya Saing* 22, no. 2 (30 Desember 2020): 117–25, <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>.

Dalam konteks sosiologi, perilaku konsumtif mahasiswa ini dapat dianalisis menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Melalui perspektif ini, kita dapat memahami bahwa konsumsi mahasiswa di platform Shopee tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan praktis, melainkan oleh berbagai aspek sosial, nilai, kebiasaan, dan emosi. Pendekatan sosiologisnya membuka ruang untuk memahami bagaimana nilai-nilai spiritual dan etos religius memengaruhi tindakan ekonomi.²⁷

Implikasinya, pemahaman atas pola konsumsi ini bisa digunakan untuk mengembangkan literasi digital dan keuangan di kalangan mahasiswa. Kampus atau lembaga pendidikan dapat mengadakan program edukasi untuk menanamkan kesadaran konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab, terutama dalam mengelola keuangan pribadi dan memahami dampak sosial dari keputusan konsumsi.

Kesimpulannya, dengan menerapkan perspektif Weber, kita bisa melihat bahwa tindakan konsumsi mahasiswa tidaklah sederhana. Ia adalah hasil dari kombinasi antara tujuan praktis, nilai-nilai pribadi, dorongan emosional, dan kebiasaan sosial yang berkembang dalam masyarakat digital modern.

Perilaku konsumsi mahasiswa melalui platform e-commerce seperti Shopee merupakan fenomena sosial yang kompleks dan tidak dapat dipahami semata-mata dari sudut pandang ekonomi.²⁸ Dengan menggunakan perspektif teori tindakan Max Weber, konsumsi tersebut dapat dikategorikan ke dalam empat tipe tindakan: rasional instrumental, rasional nilai, afektif, dan tradisional. Mahasiswa berbelanja tidak hanya karena alasan efisiensi atau kebutuhan, tetapi juga karena pengaruh nilai pribadi, dorongan emosional, dan kebiasaan yang terbentuk oleh lingkungan sosial serta perkembangan teknologi digital.

²⁷ Eric Hermawan, "Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada E-Commerce Shopee Indonesia," *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1, no. 1 (3 Desember 2022): 1-13, <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.7>.

²⁸ David Nurmanto dkk., "Faktor Pengaruh Reputasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Platform E-commerce Shopee," *Jurnal Kajian Ilmiah* 24, no. 1 (31 Januari 2024): 33-44, <https://doi.org/10.31599/h1ctjy38>.

Tindakan konsumsi mahasiswa mencerminkan bagaimana individu memaknai kebutuhan dan keinginan dalam konteks sosial modern.²⁹ Konsumsi menjadi sarana ekspresi diri, cara membangun identitas, dan upaya menyesuaikan diri dengan tren serta dinamika sosial yang terus berkembang.³⁰ Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perlu mempertimbangkan aspek sosiologis yang lebih luas, bukan hanya pertimbangan fungsional dan ekonomis.

Dalam perspektif ekonomi syariah, teori Max Weber memberikan kontribusi dalam memahami preferensi perilaku konsumsi mahasiswa di e-commerce sebagai bentuk tindakan sosial yang dipengaruhi oleh nilai. Rasionalitas tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga etis dan spiritual. Dengan menggabungkan pendekatan Weber dan prinsip syariah, kita dapat melihat bagaimana mahasiswa mengintegrasikan teknologi, rasionalitas modern, dan nilai-nilai Islam dalam setiap keputusan konsumsinya.

Dengan demikian, analisis ini menekankan pentingnya pendekatan multidimensional dalam memahami perilaku konsumsi di era digital. Mahasiswa sebagai aktor sosial perlu dibekali dengan kesadaran kritis terhadap motif konsumsi mereka, agar dapat membentuk pola konsumsi yang bijak, rasional, dan berkelanjutan di tengah arus teknologi yang semakin memengaruhi gaya hidup.

PENUTUP

Berdasarkan analisis terhadap teori Max Weber dalam konteks preferensi perilaku konsumsi mahasiswa di platform e-commerce dari perspektif ekonomi syariah, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya didorong oleh pertimbangan rasional ekonomis, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai etika dan spiritualitas Islam. Teori tindakan sosial Max Weber, khususnya bentuk rasional-

²⁹ Zumhur Alamin dkk., "Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia," *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (31 Desember 2023): 120-31, <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>.

³⁰ Syafira Aisya Nurinda dan Musthofa Hadi, "Pengaruh e-Trust, e-Service Quality, dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePAYLATER di Platform e-Commerce Shopee.," *SERVICE QUALITY*, t.t.

instrumental dan rasional-nilai, mampu menjelaskan dinamika di balik keputusan konsumsi mahasiswa, yang sering kali mempertimbangkan efisiensi sekaligus kepatuhan terhadap prinsip syariah seperti kehalalan, keadilan, dan anti-kezaliman.

Dalam praktiknya, mahasiswa sebagai konsumen digital menunjukkan kecenderungan untuk berbelanja secara selektif, bijak, dan bertanggung jawab. Mereka mempertimbangkan faktor harga, kualitas, serta kejelasan asal-usul produk, dan tetap menghindari konsumsi berlebihan, riba, dan transaksi yang tidak transparan. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam berperan besar dalam membentuk preferensi konsumsi, yang selaras dengan konsep tindakan rasional berbasis nilai menurut Weber. Dari perspektif ekonomi syariah, teori Weber memberikan sudut pandang yang relevan untuk membaca fenomena konsumsi modern berbasis teknologi, meskipun tetap perlu dilengkapi dengan kerangka normatif Islam seperti maqashid syariah. Oleh karena itu, integrasi antara pendekatan sosiologis Weber dan prinsip ekonomi Islam dapat menjadi pijakan konseptual yang kuat dalam memahami dan mengarahkan perilaku konsumsi mahasiswa menuju pola yang lebih etis, proporsional, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Aulia Ramadhani, Muhammad Syukur, dan Ashari Ismail. "Perilaku Mahasiswa Kota Palopo Memanfaatkan Aplikasi TikTok Untuk Belanja Online Dalam Perspektif Max Weber" 06, no. 3 (2024).

Afifah, Fatichatul. "MOTIVASI PENGGUNAAN TAS SAMPAH DI SDN KENDALPAYAK: Analisis Tindakan Sosial Teori Max Weber." *Ibtidaiyyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah* 1, no. 1 (22 Februari 2022): 47-62. <https://doi.org/10.18860/ijpgmi.v1i1.1066>.

Alamin, Zumhur, Randitha Missouri, Sutriawan Sutriawan, Fathir Fathir, dan Khairunnas Khairunnas. "Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (31 Desember 2023): 120-31. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>.

Anindya Putri Amara, Abdul Malik, dan Sodiah. "RASIONALITAS BERBELANJA ONLINE MAHASISWA (Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)." *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 2 (30 November 2022): 135-44. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.759>.

Arifin, Mila Rahma Wati, dan Septyan Budy Cahya. "PENGARUH PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL MONEY DAN PLATFORM E-

COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA" 12, no. 2 (2024).

Chairi, Effendi. "Ketiadaan Otoritas Terpusat dalam Fenomena Kontemporer di Indonesia: Kritik Terhadap Teori Otoritas Max Weber," t.t.

Dwi Sartika, Mufidhatul Ulya, Fia Fauza Azzahra, Irnawati Irnawati, Fina Nur Hidayati, dan Didi Pramono. "Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa." *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (23 Juli 2024): 335-50. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.287>.

Farisi, Jufair, Ida Subaida, dan Minullah Minullah. "PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST), BELANJA ONLINE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PENGGUNA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE PADA KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 3, no. 4 (3 Agustus 2024): 686. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i4.4912>.

Fatah, Rahmat Abd. "Recognize Max Weber's Social Action Theory in Individual Social Transformation." *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science* 2, no. 02 (1 Maret 2024): 659-66. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v2i02.681>.

Haerunnisa, Dwi Khaira Ramdhanni, dan Ricky Firmansyah. "Analisi Strategi Negosiasi Pada Platform Shopee." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 7, no. 1 (30 Juni 2021): 29-38. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.602>.

Hermawan, Eric. "Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada E-Commerce Shopee Indonesia." *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1, no. 1 (3 Desember 2022): 1-13. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.7>.

Izzul Haq, Ahmad. "Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Rutinitas Pembacaan Qs. Al-Anbiya':79 Di Pondok Pesantren Al-Fattah Kartasura." *Al-Misykah: Jurnal Studi Al-qur'an dan Tafsir* 5, no. 1 (30 Juni 2024): 52-75. <https://doi.org/10.19109/almissykah.v5i1.23896>.

Lesmana, Teguh. "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI MILENIAL DALAM BERBELANJA ONLINE." *Jurnal EBI* 5, no. 2 (1 September 2023): 46-56. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.175>.

- Maheswara Wira Yoganata. "Transformasi E-Business di Era Society 5.0 Mengubah Perilaku Konsumen dan Model Bisnis." *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen* 2, no. 2 (26 April 2024): 54-68. <https://doi.org/10.59031/jkpm.v2i2.402>.
- Mauludin, M Soleh, Adnan Dewa Saputra, Anggi Zulfika Sari, Itatul Munawaroh, dan Pramesti Regita. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce," t.t.
- Moehadi, Hartiningsih Astuti, Siti Alfiyana, dan Kiswati Dewi Kartika. "Peran E-Commerce Dan Gaya Hidup Dalam Menentukan Perilaku Konsumen." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 15, no. 1 (2 Juli 2024): 18-23. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v15i1.3953>.
- Nurinda, Syafira Aisya, dan Musthofa Hadi. "Pengaruh e-Trust, e-Service Quality, dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylater di Platform e-Commerce Shopee." *SERVICE QUALITY*, t.t.
- Nurmanto, David, Heru Mulyanto, Tri Ngudi Wiyatno, Pupung Purnamasari, dan Hamzah Muhammad Mardi Putra. "Faktor Pengaruh Reputasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Platform E-commerce Shopee." *Jurnal Kajian Ilmiah* 24, no. 1 (31 Januari 2024): 33-44. <https://doi.org/10.31599/h1ctjy38>.
- Prahesti, Vivin Devi. "Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD." *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 13, no. 2 (31 Desember 2021): 137-52. <https://doi.org/10.37252/annur.v13i2.123>.
- — —. "Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD." *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 13, no. 2 (31 Desember 2021): 137-52. <https://doi.org/10.37252/annur.v13i2.123>.
- Puspitaningrum, Suciati, dan Cut Irna Setiawati. "Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (22 Desember 2021): 151-67. <https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.14085>.
- Putri, Nur Afifah Rosnadia, dan Sri Setyo Iriani. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 8, no. 2 (1 November 2019): 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>.

- Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 6, no. 1 (22 Juni 2022): 24-37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.
- Rofi'ah, Khusniati, dan Moh Munir. "Jihad Harta dan Kesejahteraan Ekonomi Pada Keluarga Jamaah Tabligh: Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber." *Justicia Islamica* 16, no. 1 (27 Juni 2019): 193-218. <https://doi.org/10.21154/justicia.v16i1.1640>.
- Safitri, Lina Ayu, dan Chriswardana Bayu Dewa. "ANALISA PENGARUH MASA NEW NORMAL PADA PENJUALAN ONLINE MELALUI E-COMMERCE SHOPEE." *Jurnal Manajemen Daya Saing* 22, no. 2 (30 Desember 2020): 117-25. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>.
- Schilpzand, Annemiek, dan Eelke De Jong. "Work Ethic and Economic Development: An Investigation into Weber's Thesis." *European Journal of Political Economy* 66 (Januari 2021): 101958. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101958>.
- Syawaludin, Mohammad. "DIMENSI SOSIAL AGAMA: ANALISIS DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI," t.t.
- Umasugi, Puja, Muhammad Dinar, Muhammad Hasan, Muh Ihsan, dan Tuti Supatminingsih. "PERILAKU KONSUMSI ERA DIGITAL : STUDI KASUS MAHASISWA MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE" 1 (2020).
- Waluyo, Agus. "Understanding the Values of Islamic Economics and Javanese Philosophy Pertaining to the Work Ethic of Muslim Merchants in Salatiga." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 12, no. 2 (17 Desember 2022): 393-419. <https://doi.org/10.18326/ijims.v12i2.393-419>.
- Yang, Shengyan, dan Qinghong Yan. "Study on Consumption Behavior of Campus Student in E-Commerce Models under Big Data." *Frontiers in Business, Economics and Management* 12, no. 1 (16 November 2023): 204-8. <https://doi.org/10.54097/fbem.v12i1.14098>.