

PENGARUH LITERASI EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEEPAY DI SURABAYA)

Anisa Dea Lestari

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: anisa.18009@mhs.unesa.ac.id

Khusnul Fikriyah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: khusnulfikriyah@unesa.ac.id

Abstrak

Dalam berperilaku konsumtif yang sangat mempengaruhi stabilitas ekonomi dimana nantinya semakin besar dalam tingkat konsumtif, maka semakin besar perubahan kegiatan ekonomi. Untuk itu dalam studi mahasiswa perlu memperhatikan konsumsi dalam ajaran Islam, Dimana literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap sikap konsumtif. Sehingga seseorang dengan ringan tertarik pada suatu produk sesuai dengan minatnya untuk membeli tanpa menimbang akibat atau kebutuhan yang menjadi prioritas dari tindakan konsumtif. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi guna membuka pengetahuan tentang uraian ekonomi supaya bebas dari sikap konsumtif. Jenis dari Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer yang berasal langsung dari subjek penelitian dengan cara online melalui google form, nantinya dari hasil data google form yang diperoleh diukur dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Islam, Perbankan Syariah, serta Akuntansi Syariah dengan Beragama Islam dan Menggunakan Aplikasi ShopeePAY. Berdasarkan Hasil dari penelitian ini Variabel X (literasi ekonomi islam) tidak ada pengaruh pada variabel Y (Perilaku Konsumtif), Hal ini didukung dengan hasil analisis R squared dengan nilai 6,5%, Maka yang berarti jika literasi Ekonomi Islam besar maka perilaku konsumtif rendah, begitu pula sebaliknya, bila literasi Ekonomi Islam rendah maka sikap konsumtif akan semakin besar.

Kata Kunci : Literasi Ekonomi Islam, Perilaku Konsumtif

Abstract

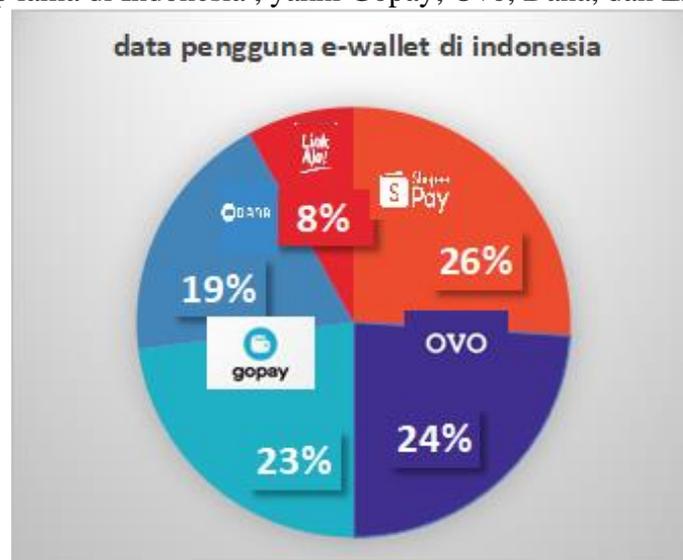
Consumptive behavior greatly influences economic stability, where the greater the level of consumption, the greater the changes in economic activity. For this reason, in their studies, students need to pay attention to consumption in Islamic teachings, where economic literacy has no influence on consumer attitudes. So that someone is easily attracted to a product according to their interest in buying without considering the consequences or needs that are a priority of the consumer action. The aim of this research is to determine the level of economic literacy in order to open up knowledge about economic descriptions so that they are free from consumerist attitudes. The type of research used is quantitative. The data source used by the researcher is a primary data source which comes directly from the research subject online via Google Form. Later, the results of the Google Form data obtained are measured using a Likert scale. The population in this research are Islamic Economics, Sharia Banking and Sharia Accounting students who are Muslim and use the ShopeePAY application. Based on the results of this research, variable , and vice versa, if Islamic Economics literacy is low then consumer attitudes will be greater.

Keywords: Islamic economic literacy, consumptive behavior

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang telekomunikasi serta teknologi menempati urutan pertama dengan membawa perubahan pada kondisi sosial orang di seluruh dunia. Adanya teknologi siapapun dapat memakai smartphone untuk melakukan transaksi tanpa membawa dompet atau uang cash, sebab para pemakai dapat menjalankan transaksi dengan aplikasi online secara mudah aman dalam waktu singkat. Oleh karena itu, salah satu pembayaran terancang saat ini adalah *e-wallet* (dompet digital). Salah satu metode pembayaran yang saat ini berkembang pesat adalah dompet digital atau *E-wallet* sebuah layanan elektronik untuk penyimpanan informasi instrumen pembayaran yang sederhana, cepat dan aman untuk transaksi pembelian dan penjualan elektronik pengguna di masa depan untuk para pengguna nantinya (wikipedia, 2021). Jumlah pengguna *E-wallet* semakin meningkat dari tahun ketahun. Bahkan, Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan masyarakat yang ingin menggunakan dompet digital di Indonesia semakin besar. Shopee dimana salah satunya meluncurkan dompet digitalnya sendiri di aplikasinya, dalam memudahkan penggunaannya untuk berbelanja dan bertransaksi melalui Shopee. Salah satu fungsi ShopeePAY adalah menyediakan layanan *e-money* yang dipakai sebagai pembayaran *online* di media Shopee, dapat digunakan secara *offline* oleh penjual di ShopeePAY dan digunakan untuk *refund*. Dalam peningkatan pengguna ShopeePAY semakin meningkat, bahkan shopeepay dapat menggeser pasar persaingan yang hadir cukup lama di Indonesia, yakni Gopay, Ovo, Dana, dan Linkaja.

Dalam memudahkan penggunaannya untuk berbelanja dan bertransaksi melalui Shopee. Salah satu fungsi ShopeePAY adalah menyediakan layanan *e-money* yang dipakai sebagai pembayaran *online* di media Shopee, dapat digunakan secara *offline* oleh penjual di ShopeePAY dan digunakan untuk *refund*. dalam peningkatan pengguna ShopeePAY semakin meningkat, bahkan shopeepay dapat menggeser pasar persaingan yang hadir cukup lama di Indonesia , yakni Gopay, Ovo, Dana, dan Linkaja.



Gambar 1. Data Pengguna E-wallet di Indonesia

Sumber: Head of High Tech, Property & Consumer Goods Industry MarkPlus, Inc.

Pada Gambar 01 hasil survei jumlah pengguna dompet digital ShopeePAY mencapai 26%, dengan disusul oleh Linkaja 8%, Ovo 24%, Dana 19% dan Gopay 23. Disamping

itu secara frekuensipun ShopeePay telah mencapai target pasar yang tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak sekali masyarakat yang ingin menggunakan dompet digital di Indonesia semakin besar. Salah satunya ShopeePay yang memiliki banyak pengguna di berbagai kota di Indonesia tak termasuk di Surabaya.

Kota Surabaya inilah yang memiliki jumlah penduduk yang mencapai 1.279.980 juta jiwa pada tahun 2020 sehingga memungkinkan pada tahun selanjutnya akan lebih banyak (databooks, 2020). Dengan disandingkan Kota lain di Jawa Timur selain Malang, Kota Surabaya inilah yang merupakan pusat perbelanjaan sehingga memungkinkan makin banyaknya mitra ShopeePay di Kota Surabaya maka semakin lebih banyak peluang masyarakat untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi non tunai karena kemudahannya dalam bertransaksi. Hasil indeks Ekonomi Islam di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 16,3% yang berarti dari 100 orang penduduk muslim di Indonesia terdapat 16 orang yang paham betul tentang Ekonomi Syariah, sedangkan pada tahun 2022 meningkat drastis sebesar 23,3% yang artinya semakin besar tingkat literasi di Indonesia maka semakin baik penerapannya di kehidupan sehari-hari (Bank Indonesia, 2022). Sehingga, alasan peneliti melakukan penelitian di Kota Surabaya ialah untuk melakukan penelitian yang nantinya apakah ada pengaruh literasi ekonomi Islam dalam berperilaku konsumtif di kehidupan sehari-harinya.

Sudah menjadi patokan seorang muslim memiliki pemahaman betul tentang ekonomi Islam, sehingga yang nantinya dapat mengurangi perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Literasi Ekonomi merupakan keterampilan hidup (*life skill*) yang harus dimiliki setiap individu yang nantinya agar dapat mengambil keputusan keuangan yang tepat. Hal ini diperlukan untuk memahami dasar ilmu ekonomi sehingga masyarakat dengan sumber daya terbatas dapat menargetkan penghasilannya dengan keputusan yang tepat.

Menurut Sina, (2014) mengatakan bahwa literasi ekonomi berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas dengan pentingnya literasi ekonomi nantinya akan mengurangi perilaku konsumtif masyarakat dalam berkonsumsi. Menurut pandangan Islam dalam berperilaku konsumtif tidak boleh terlalu boros dan termasuk dalam perilaku tercela dikarenakan seseorang dalam menentukan barang harusnya sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syari'at. Hal tersebut dijelaskan oleh Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 87, yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.* (QS. Al-Maidah :87)

Dari ayat ini menjelaskan bahwa seorang muslim diharuskan untuk mengutamakan *maslahah* daripada memaksimalkan *utilitas*. Oleh sebab itu, masyarakat umat muslim tidak dibenarkan bergaya hidup konsumtif yang seharusnya mengkonsumsi secukupnya dan tidak terlalu berlebihan sesuai dengan ajaran Islam.

Dari latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui Bagaimana pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif dengan studi kasus konsumen muslim pengguna ShopeePay di Surabaya. Dengan demikian Pembahasan dalam penelitian ini berfokus apakah ada pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap tindakan konsumtif. Dari

Hasil penelitian sebelumnya oleh Risnawati & Wardoyo (2018) yang menyatakan jika pembelajaran tentang ekonomi tidak mempengaruhi terhadap sikap konsumtif. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2019) dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi” yang menyatakan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif. Adapun Penelitian lain yang tidak sejalan yaitu oleh Sholihat dan Arnasik (2018) dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi” yang menyatakan bahwa pengetahuan ekonomi berpengaruh terhadap sikap konsumtif. Oleh karena itu penelitian ini akan berfokus pada Literasi Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif dengan objek penelitian yang berbeda.

2. METODE PENELITIAN

Dalam metode ini menggunakan Penelitian Kuantitatif, yang bertujuan untuk melihat pengaruh literasi ekonomi islam terhadap tindakan konsumtif dengan studi mahasiswa pengguna shopepay di Surabaya. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data primer. Data Primer inilah diambil secara langsung dari subjek penelitian dengan cara menebarkan secara online melalui google form. Sehingga, nantinya dari hasil data google form yang diperoleh dengan skala likert untuk melihat bagaimana pengaruh pengetahuan ekonomi islam terhadap tindakan konsumtif dengan studi konsumen muslim pengguna shopepay di Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni Mahasiswa Ekonomi Islam, Perbankan Syariah, serta Akuntansi Syariah, Beragama Muslim, Pengguna ShopeePay. Adapun teknik dalam mengambil sampel yang memakai random sampling, yaitu menarik sampel secara random dari populasi yang telah ditentukan, sehingga jumlah sampel ditetapkan sesuai hasil rincian sampel minimum dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus Hair digunakan sebab jumlah populasi yang tidak pasti diketahui dan menganjurkan ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator (Hair Jr. Et al., 2014). Sehingga jumlah indikator sebanyak 12 buah dikali 5 ($12 \times 5 = 60$) melalui rumus tersebut diperkirakan didapat diketahui jumlah sampel. Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 60 responden pengguna shopepay di Surabaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data responden pada penelitian ini akan dijelaskan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1. Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki - Laki	17	17%
Perempuan	43	43%
18-20 tahun	17	17%
21 - 25 tahun	35	35%
>25 tahun	8	8%

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan dari hasil data sebanyak 60 responden, mayoritas usia sekitar 21-25 tahun dengan dalam persentase mencapai 35%. kemudian, dengan umur 18-20 tahun mencapai 17%. sedangkan untuk usia >25 tahun hanya

terdapat 8%. Berdasarkan informasi data responden tersebut sehingga dapat dilakukan langkah selanjutnya yakni melakukan Uji Validitas. Dalam pengujian validitas ini untuk mengetahui keyakinan kuisioner yang dimanfaatkan dalam suatu riset. Hasil dari pengujian validitas untuk riset ini secara rinci disusun dalam tabel berikut:

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi Ekonomi Islam (X)	1	0,729	0,2144	Valid
	2	0,87	0,2144	Valid
	3	0,748	0,2144	Valid
	4	0,798	0,2144	Valid
	5	0,916	0,2144	Valid
	6	0,929	0,2144	Valid
	7	0,812	0,2144	Valid
	8	0,892	0,2144	Valid
	9	0,847	0,2144	Valid
	10	0,81	0,2144	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,659	0,2144	Valid
	2	0,826	0,2144	Valid
	3	0,707	0,2144	Valid
	4	0,75	0,2144	Valid
	5	0,737	0,2144	Valid
	6	0,598	0,2144	Valid
	7	0,629	0,2144	Valid
	8	0,668	0,2144	Valid
	9	0,8	0,2144	Valid
	10	0,753	0,2144	Valid
	11	0,784	0,2144	Valid
	12	0,685	0,2144	Valid
	13	0,621	0,2144	Valid

Sumber: Data SPSS, data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, memperlihatkan bahwa semua poin pertanyaan yang dipakai penelitian dari variabel Literasi Ekonomi Islam (X), dan Perilaku Konsumtif (Y) dapat dikatakan valid. Hal ini terjadi seluruh item pertanyaan yang diuji memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Tahap berikutnya yakni Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
Literasi Ekonomi Islam (X)	0,953	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,918	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian data menunjukkan nilai cronbach alpha dari variabel Literasi Ekonomi Islam (X) dan Perilaku Konsumtif (Y) lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel.

Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constanta)	53.940	9.016		5.983	.000
1 Literasi Ekonomi Islam	-.225	.198	-.148	-1.137	.260

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 53,940, sedangkan nilai Literasi Ekonomi Islam (b/kofesien regresi) sebesar -0,225, sehingga persamaan regresi dapat ditulis :

$$Y = 53,940 + -0,225X$$

Dari persamaan terlihat bahwa Konstanta sebesar 53,940 mengandung arti nilai konstanta variable konstanta adalah 53,940. Koefisien regresi X sebesar -0,225 membuktikan bahwa setiap kenaikan 1% nilai literasi, maka poin literasi ekonomi islam bertambah sejumlah -0,225 Koefisien regresi tersebut bernilai negatif. Sehingga disimpulkan hipotesis H_0 yang menyatakan tidak adanya pengaruh pengetahuan ekonomi islam tidak mempengaruhi tindakan Konsumtif Mahasiswa di Surabaya.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constanta)	53.940	9.016		5.983	.000
1 Literasi Ekonomi Islam	-.225	.198	-.148	-1.137	.260

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Menurut Sugiyono, (2014) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasilnya signifikan serta H_0 ditolak serta H_a diterima. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga tidak signifikan dan H_0 diterima dan H_a ditolak. Oleh karena itu, didapatkannya dari perhitungan t_{tabel} sebesar 1.1 sebagai berikut, Kriteria Pengambilan Keputusan: Dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$. Derajat kebebasan (df) = $n-k-1 = 60-1-1=58$, diperoleh $t_{tabel} = 1,671$. Kemudian, hasil uji tersebut yang dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel bebas (X) yaitu Literasi Ekonomi Islam didapatkan nilai $t_{hitung} = -1,137 < 1,671$ dengan nilai signifikansi 0,260 maka H_0 ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.225 ^a	.065	.057	10.385

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji tabel diatas terlihat besarnya nilai korelasi atau hubungan R sebesar 0,225. dengan diketahui nilai R^2 (Koefisien determinasi) sebesar 0,065 atau 6,5% berarti variabel (X) tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Menurut hasil analisis data diketahui pengaruh literasi ekonomi islam tidak mempengaruhi tindakan konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat dinyatakan dengan hasil riset oleh peneliti memiliki hasil t_{hitung} senilai $-1,137 < t_{tabel}$ senilai $1,671$ serta nilai signifikansi berada pada nilai $0,260 > 0,05$. Hal ini berarti jika literasi ekonomi islam besar sehingga perilaku konsumtif rendah, begitu pula sebaliknya, bila literasi ekonomi islam rendah hingga sikap konsumtif besar.

Dalam berperilaku konsumtif maka pembelajaran ekonomi yang telah lagi dipelajarinya tidak jadi pertimbangan dikala membeli benda jasa. Jadi seseorang hendak gampang buat tertarik terhadap sesuatu produk berdasarkan keinginannya serta secara otomatis buat membeli tanpa memikirkan akibat maupun keperluan yang lebih utama dari sikap berkonsumtif.

Hasil riset ini setara dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Wardoyo (2018) yang melaporkan kalau pembelajaran tentang ekonomi tidak mempengaruhi terhadap sikap konsumtif, riset yang lain pula sama dengan yang dicoba oleh Jannah (2019) dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi” yang mengatakan bahwa literasi ekonomi tidak adanya pengaruh dalam kegiatan berkonsumtif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari Penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif (studi pada mahasiswa pengguna shopeepay) di Surabaya dapat disimpulkan bahwa Literasi ekonomi islam secara signifikan tidak ada pengaruh pada tindakan konsumtif yang berarti positif apabila, semakin tinggi pengetahuan ekonomi islam maka tidak ada pengaruh signifikan pada tindakan berkonsumtif mahasiswa dan sebaliknya semakin rendah pengetahuan ekonomi islam maka ada pengaruh pada sikap konsumtif mahasiswa. Bahkan ada saran-saran yang mungkin bermanfaat untuk pihak-pihak kedepannya terutama mahasiswa program studi ekonomi syariah, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah Surabaya, diharapkan untuk mahasiswa buat senantiasa tingkatkan serta memperluas literasi ekonomi Islam supaya sejalan dengan konsep Ekonomi Syariah dengan layak membiasakan gaya hidup sejalan dengan kebutuhan yang dibutuhkan serta jangan melaksanakan pemborosan cuma buat menjajaki tren kekinian. Serta wajib patuh pada ketentuan yang Allah tetapkan dalam Al- Qur’ an serta Sunnah. Untuk peneliti selanjutnya terutama mahasiswa sendiri untuk lebih meningkatkan pemahaman terkait tentang literasi ekonomi islam dengan membaca buku atau kajian yang ada serta dapat mempraktikkannya dalam berperilaku sebagai konsumen, adapun dalam peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan diskusi dan pertimbangan jika ingin meneliti dengan topik yang sama maka sebaiknya menggunakan literasi yang berbeda serta indikator yang berbeda mengingat teknologi yang semakin lama semakin berkembang juga nantinya.

5. REFERENSI

- Al-Qur’an dan terjemahannya, Bandung: ALHAMBRA.
Ai Nur, S., & Arnasik. (2018), Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, Vol.2 No.1

- Abd.Rahim & Amalia. (2020), Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa program studi ekonomi syari'ah sekolah tinggi agama islam AN-Nadwah. Al-Mizan: *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.3 No.2
- Azka Fikri. (2021), Pengaruh Penggunaan Shopeepay sebagai dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 17 No.2
- Bagla, R.K., & Sancheti, V. (2018), Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37 (6): 442-451
- Dias Kanserina. (2015), Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi UNDIKNAS, *Jurnal Pendidikan Ekonomi, fakultas ekonomi dan Bisnis*, Vol.5 No.1
- Dwi Rorin & Ria Susanti. (2020), Analisis Pengaruh Penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas indrapasta. *Jurnal Administrasi Bisnis JAB*
- Delyana & Hastina. (2018), *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol.2 No.3 103-110
- Dewi Aprilia. (2022), Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan shopeepay pada generasi Y dan Z di Bandung, *Jurnal of Management and Business*, Vol.5 No.2, 178-200
- Erin Soleha. (2022), Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan bertransaksi terhadap minat generasi millennial dalam menggunakan dompet digital (shopeepay), *Journal of Economics and Accounting*, Vol.3 No.2, 312-316
- Elpa Julita. (2022), Pengaruh penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.8 No.3 2953-2957
- Erika Firdiana. (2021), Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, Vol. 4 No.1
- Fitria. (2022), Analisis Penggunaan Aplikasi Shopeepay terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu. *Journal of Economics and Accounting*, Vol. 3 No.2 276-280
- Farah, M., & Reza A. (2021), Pengaruh tingkat literasi keuangan pengguna kartu kredit di Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.5 No.32
- Garnita & Nopianti. (2022), Prngaruh Fitur *E-commerce* Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (studi kasus mahasiswa STEI Ar-Risalah Ciamis). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.7 No.2 254-267
- Iqbal & M.,Ibnu. (2020), Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis IAIN Manado, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.17 No.2
- Laila Ramadani. (2020), Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik (*E-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan studi pembangunan*, Vol.8 No.1
- Mukarramah & Inanna. (2020), Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, *Journal of Social and Educational Studies*, Vol.1 No.1
- Muhammad Bilal A.,R & A'rasy Fahrullah. (2022), Pengaruh Penggunaan *Debit Card dan E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*,

Vol.5 No.2, 157-186

- Phyta & Irwan. (2022), Pengaruh Fitur *Shopeepaylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.4 No.1
- Roikhatul Jannah. (2019), Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA, *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, Vol.3 No.2
- Risnawati & Cipto Wardoyo. (2018), Pengaruh Gaya Hidup Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan, Penelitian, dan Pengembangan*, Vol.3 No.4, 430-436
- Sai'dah & Fitrayanti. (2022), Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Era Pandemi Covid-19, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*
- Sumartono. (2022). Perilaku Konsumtif, Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Wiwik Widiyanti. (2020), Pengaruh Kemanfaatan, kemudahan pengguna dan promosi terhadap keputusan pengguna e-wallet ovo di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.7 No.1
- Webber, M. (1992). *Encyclopedia of Economics, Business and Management*, 1992: 199