



Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mulawarman

Dwi Agust Subriana Irman¹, Sutrisno², Reza³

Program Studi Pendidikan Ekonomi¹, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan²,
Universitas Mulawarman³.

Received: 3 April 2024
Revised: 15 April 2024
Accepted: 26 April 2024

Abstract

*The development of technology and information is now starting to be felt by the number of payment systems, especially digital payments. Initially, digital payments were issued through payment cards in the form of credit cards as a substitute for cash payments. However, digital payments in Indonesia are experiencing changes with the presence of mobile banking or electronic money. As a result, almost all economic activities already use electronic money as a means of payment, so that with the ease of making transactions using digital payments, it is easier for people to spend their money, which will offer a more efficient or consumptive lifestyle. This research aims to determine the influence of Digital Payment on the consumer behavior of FKIP students at Mulawarman University. This research method is descriptive quantitative using data collection techniques through questionnaires. The population in this study was Mulawarman University FKIP students, totaling 6,145 students with a sample size of 98 students. The sampling technique in this research used purposive sampling. The analysis technique used is simple linear regression analysis with the SPSS version 26 application. The results of this research show that from the results of partial test calculations or *t* tests on Digital Payment, the *t* count results are $6.742 > t$ table 1.985 with a significance of $0.000 < 0.05$, which means that Digital Payment has a partial and significant effect on the consumer behavior of Mulawarman University FKIP students. The coefficient of determination reached 0.321 or 52.1% , which means that the Digital Payment variable influences the consumptive behavior of Mulawarman University FKIP students. Meanwhile, the remaining 67.9% was influenced by other factors outside this research. Thus the hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_0) is rejected.*

Keywords: *Digital Payment, Consumptive Behaviour*

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Irman, D. A., Sutrisno, S., & Reza, R. (2024). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mulawarman. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 1086-1096. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11172077>

PENDAHULUAN

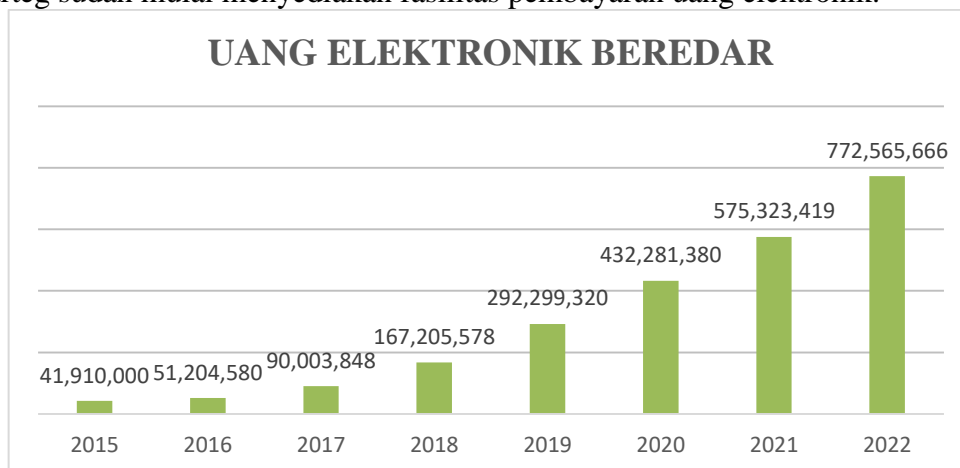
Perkembangan teknologi dan informasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga membawa berbagai kemudahan bagi masyarakat. Pada awalnya, jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah digantikan oleh seperangkat mesin-mesin otomatis (Riska., 2022:1). Termasuk di dalamnya beberapa sektor ekonomi yang memerlukan dan menggunakan sentuhan teknologi. Salah satunya digunakan untuk sistem pembayaran elektronik di Indonesia.



Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif (Afiyah., 2020:5). Pengonsumsi suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan (Syifa, 2019:4). Pergeseran makna dalam pengonsumsi suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik.

Sistem pembayaran salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan, yang semula menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau biasa disebut sebagai *digital payment* (Bank Indonesia, 2008:2). Awal mula digital payment terbentuk dengan diterbitkannya *cards*. *Payment cards* ini berbentuk kartu kredit dan berfungsi sebagai pengganti pembayaran tunai. Setelah munculnya *payment cards* ini, pembayaran digital di Indonesia mengalami perubahan dengan hadirnya *mobile banking* atau uang elektronik. Media penyimpanan uang elektronik berupa chip atau server. Uang elektronik berbasis chip biasanya tersedia dalam kartu yang langsung dikeluarkan oleh perbankan, seperti TapCach BNI, Flazz BCA, Livin Mandiri, Brizzin BRI. Sementara uang elektronik berbasis server atau lebih dikenal dengan e-wallet contohnya Dana, Ovo, Link-Aja, dan lainnya (Wati., 2020:3).

Hampir semua kegiatan ekonomi, sudah menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran (Afiyah., 2020:2). Mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik.



Gambar 1. Data Uang Elektronik Beredar di Indonesia

Dikutip dari (Databoks,2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 275,77 juta jiwa pada Juni 2022. Artinya, setiap penduduk rata-rata memiliki 2,8 unit uang elektronik pada tahun lalu. Jumlah uang elektronik yang beredar mengalami peningkatan sejak tahun 2010, seperti terlihat pada grafik di bawah ini. Hingga tahun 2010, jumlah uang elektronik sebesar 7,9 juta unit meningkat 9000% pada November 2022. Peningkatan jumlah uang elektronik yang beredar dari tahun ke tahun tersebut sejalan dengan pertumbuhan transaksi uang elektronik yang terus meningkat yakni 772,57 juta

transaksi. Jumlah ini meningkat 34,28% dari tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan preferensi masyarakat menggunakan uang elektronik akan terus meningkat.

Perilaku konsumtif merujuk pada perilaku konsumen yang tidak rasional dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebanyakan konsumen tidak bisa membedakan apakah keperluan itu merupakan kebutuhan maka hal itu merupakan hal yang seharusnya dipahami. Konsumsi barang bukan lagi pemuasan kebutuhan dasar manusia, melainkan sarana untuk memuaskan keinginan (Murniatiningsih & Negeri, 2017:128) . Jika keinginan membeli yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan maka hal itu merupakan hal yang seharusnya. Namun, jika kegiatan membeli dilakukan untuk memenuhi keinginan maka kegiatan ini merupakan kegiatan konsumtif (Syukri dan Rahmatia., 2020:2).

Perilaku konsumtif kini tidak hanya dialami oleh masyarakat umum, namun juga mulai merambah ke kalangan mahasiswa. Mahasiswa dipandang sebagai konsumen yang sudah dapat menerima penghasilan atau upah dari bekerja. Sejalan dengan pendapat Adam dalam (Kurniawati et al., 2021:24) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa sudah menjadi gaya hidup yang wajar dikalangan masyarakat, ditambah lagi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju mempermudah segala aktifitas yang dilakukan dan mempermudah akses seseorang dalam membeli suatu barang. Didukung oleh temuan penelitian yang mengungkap adanya korelasi positif dan signifikan antara pemakaian uang elektronik dengan belanja mahasiswa (Ramadani et al., 2016:7). Hal ini berpotensi terus terjadi terutama pada kalangan anak muda atau kelompok milenial seperti mahasiswa yang tercatat sebagai pengguna terbesar uang elektronik (Afiyah., 2020:8). Perkembangan pembayaran digital ini menjadi tawaran bagi mahasiswa untuk menilai tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai kebutuannya. Karena perkembangan sistem pembayaran yang memberikan kemudahan seharusnya menjadikan seseorang dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien dan mudah mengelola keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden yang diambil dari perhitungan populasi mahasiswa FKIP Universitas Mulawarman yang jumlahnya 6.145 mahasiswa menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FKIP Universitas Mulawarman yang pernah atau sedang menggunakan *digital payment*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji koefisien determinasi. Dengan menggunakan alat bantu Microsoft Excel dan aplikasi SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan memeriksa perbandingan antara nilai Rhitung dan nilai Rtabel 0,361. Nilai ini dapat ditentukan melalui pearson correlation, jika nilainya melebihi 0,361, maka dianggap valid. Hasil pengujian validitas variabel digital payment dan perilaku konsumtif masing-masing mendapatkan nilai Rhitung > Rtabel 0,361. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Reliabilitas diuji dengan menggunakan Cornbach’s Alpha di mana data dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Alpha >0,60. Sedangkan data dianggap tidak reliabel jika nilai Alpha <0,60. Hasil pengujian reliabilitas didapatkan bahwa nilai alpha variabel Digital Payment adalah 0,916 > 0,6 dan nilai alpha Perilaku Konsumtif adalah 0,968>0,6. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak normal, begitu juga dengan nilai residualnya. Dalam penelitian ini, kami menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Jika hasil signifikansi Kolmogorov-Smirnov <0,05, data dianggap tidak memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika hasil signifikansi Kolmogorov-Smirnov >0,05, data dianggap memiliki distribusi normal. Hasil Uji normalitas menunjukkan bahwa dari total 36 pernyataan pada semua variabel, seperti Digital Payment dan Perilaku Konsumtif, semuanya memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yakni sebesar 0,087. Ini mengindikasikan bahwa data-data tersebut dapat dianggap berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9,99184550
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.046
Test Statistic		.084
Asymp. Sig.		.087 ^c

Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian yang digunakan mempunyai hubungan yang linear ataukah tidak secara signifikan. Dengan pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data linear atau tidak adalah dengan menilai signifikannya, apabila signifikansi > 0,05 maka antara variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier, apabila signifikansi < 0,05 maka antara variabel bebas dan variabel terikat tidak memiliki

hubungan linier. Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel antara digital payment dan perilaku konsumtif dinyatakan linier dengan nilai signifikansi Deviation From Linearity sebesar $0,319 > 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sun of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif *	Between Groups	(Combined)	7371.044	26	283.502	2.918	.000
		Linearity	4585.007	1	4585.007	47.192	.000
<i>Digital Payment</i>		Deviation from Linearity	2786.037	25	111.441	1.147	.319
Within Groups			6898.150	71	97.157		
Total			14269.194	97			

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama, disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variansya tidak sama/berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heterokedastisitas, dapat menggunakan uji Glejser. Jika hasilnya Sig. Lebih besar dari $0,05$, maka tidak ada indikasi heterokedastisitas, yang berarti model tersebut baik karena tidak mengalami heterokedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Sig. Digital Payment $0,154$. Semua nilai probabilitas (Sig) untuk variabel tersebut lebih besar dari $0,05$ atau 5% , sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, yang berarti tidak ada tanda-tanda heterokedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients*						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	1.100	4.743		.232	.817
	<i>Digital Payment</i>	.140	0.98	.145	1.435	.154

a. Dependent Variable: Abs_Res

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Peneliti mengetahui arah hubungan antara variabel independen yaitu Digital Payment terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif pada masyarakat apakah positif atau negatif dan memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan. Maka dari itu akan digunakan metode analisis regresi linier sederhana agar hasil yang diperoleh lebih terarah, maka peneliti menggunakan bantuan SPSS (Statistic Product and Service Solution). Hasil pengujian menunjukkan nilai Constant dari perhitungan analisis regresi linier sederhana diatas sebesar 32.079 menunjukkan bahwa jika variabel Digital Payment bernilai nol atau tetap maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif mahasiswa sebesar 32.079. Variabel Digital Payment 35.197 menunjukkan bahwa jika variabel digital payment meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 1.086 satuan.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients*						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	32.079	7.814		4.105	.000
	<i>Digital Payment</i>	1.086	.161	.567	6.742	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Uji parsial atau uji-t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya. Hasil dari pengujian disimpulkan bahwa signifikansi hubungan antar variabel dengan menggunakan uji t dapat dilihat nilai thitung sebesar 6,742 dengan ttabel 1,985 (df) = n-k-1 atau 98-2 = 96 artinya bahwa thitung > ttabel dan signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Maka Ha diterima dan H0 ditolak, sehingga hipotesisnya terdapat pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Mulawarman.

Tabel 5. Hasil Uji-t

Coefficients*						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	32.079	7.814		4.105	.000
	<i>Digital Payment</i>	1.086	.161	.567	6.742	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah diperoleh, dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Jika (R²) semakin besar atau mendekati satu, maka disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinan (R²) semakin mengecil atau mendekati angka nol maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat semakin mengecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Hasil Uji r diketahui bahwa besarnya (R²) sebesar 0,321 berarti variasi variabel digital payment mampu menjelaskan variasi variabel perilaku konsumtif sebesar 32,1% dan sisanya 67,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan penelitian diatas dapat diperoleh temuan bahwa secara bersama-sama digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh digital payment mempengaruhi meningkatnya perilaku konsumtif.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Srd. Error of the Estimate
1	.567 ^a	.321	.314	10.044

a. Predictors: (Constant), Digital Payment

PEMBAHASAN

Pengaruh *Digital Payment* (X) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Kemudahan seseorang dalam membelanjakan uang akan lebih tinggi pada saat memegang uang non-tunai jika dibandingkan uang tunai, sehingga seseorang akan lebih konsumtif ketika sering menggunakan uang non-tunai (e-money). Hal ini disebabkan oleh penggunaan digital payment jauh lebih mudah, aman, nyaman, cepat dan efisien dibandingkan uang tunai. Dengan menggunakan digital

payment tentunya melakukan transaksi hanya memerlukan aplikasi di smartphone tanpa harus mengambil waktu yang cukup lama. Setiap transaksi yang dilakukan akan tercatat secara otomatis pada akun penggunaannya, sehingga mahasiswa dapat memantau pengeluaran yang dilakukan. (Tarantang et al., 2019:69) mengatakan bahwa dengan adanya digital payment seseorang memperoleh manfaat yaitu memberikan transaksi yang cepat dan mudah sehingga seseorang mendapatkan kenyamanan dalam metode pembayaran dengan menggunakan digital payment.

Pada penelitian ini mahasiswa yang menjadi sampel telah menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi. Jumlah digital payment yang digunakan responden juga bervariasi, mahasiswa bisa memakai 1 sampai 3 aplikasi digital payment. Jenis digital payment yang paling banyak digunakan yaitu M-banking, Dana dan ShopeePay. Mahasiswa sering menggunakan *digital payment* salah satunya untuk berbelanja online. (Ulya et al., 2023:1301) juga mengatakan dalam penelitiannya banyak dari mahasiswa lebih suka berbelanja online karena dianggap lebih hemat waktu dan tenaga, pengiriman gratis harga lebih terjangkau dengan berbagai penawaran diskon, dibandingkan dengan berbelanja offline yang cenderung lebih rumit dan tidak efektif.

Dengan adanya berbagai fitur membuat mahasiswa lebih memahami aplikasi, salah satunya berbelanja yang dimana memiliki berbagai penawaran menarik salah satunya potongan harga berupa diskon dari 10% hingga 30%. (Fadillah & Syarif, 2013:78) mengatakan diskon salah satu strategi harga yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian dan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Sejalan dengan (Salsabilla et al., 2023:1381) dalam penelitiannya juga mengatakan bahwa diskon memiliki daya tarik besar bagi mahasiswa yang dimana biasanya mempunyai anggaran yang terbatas. Pemberian diskon spesial juga diberikan pada waktu tertentu dan mereka tertentu, hal tersebut membuat mahasiswa merasa harga produk menjadi lebih murah dan bisa membeli produk yang diinginkannya. Sehingga, berpotensi mereka berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan keinginan.

Dengan itu, berdasarkan hasil analisis dan uji t telah dilakukan, diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,742 > t_{tabel} = 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh signifikan yang positif antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP. Didukung dengan penelitian yang sama dilakukan oleh (Riska, 2022:75) juga menyatakan bahwa hasil penelitian yang membahas *digital payment* terhadap perilaku konsumtif berpengaruh baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Mulawarman dapat disimpulkan sebagai berikut:

Digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, hasil tersebut menunjukkan bahwa digital payment dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Digital payment menyediakan berbagai fitur pembayaran, sehingga memudahkan dan membantu aktivitas mahasiswa tiap harinya salah satunya berbelanja. Mahasiswa ketika membeli barang cenderung mencari penawaran

menarik salah satunya dengan potongan harga/pemberian diskon, sehingga berpotensi berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan hanya keinginan.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Penyedia layanan digital payment memberikan promosi menarik berupa cashback, voucher dan kupon agar masyarakat berminat bertransaksi menggunakan digital payment dan mampu bertahan di persaingan fintech Indonesia.
2. Hasil dari penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti (mahasiswa, dosen, dan lainnya) sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan digital payment dan perilaku konsumtif.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali variabel lain yang masih cukup banyak serta bervariasi yang akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan menambahkan subyek penelitian dan dengan latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R., & Moningga, C. *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*.
- Amsal Bahtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: Pt. Grafindopersada, 2012
- Andini, W., Putri, F. H., & Nirbita, B. N. (N.D.). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Bisnis Net*, 1, 6.
- Bank Indonesia, *Laporan Sistem Pembayaran Dan Pengedaran Uang*, Direktorat Akunting, Dan Sistem Pembayaran Dan Direktorat Pengedaran Uang, 2008.H. 2.
- Databooks, 2023 <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/02/17/Uang-Elektronik-Yang-Beredar-Tembus-772-Juta-Unit-Pada-November-2022>
- Fadillah, A., & Syarif, R. (N.D.). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.
- Fitrianova Andriani Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Elyanti Rosmanidar Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Zahratud Diniyah Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, B., Syariah Jl Jambi-Muara Bulian, E., & Sungai Duren, S. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Student Research (Jsr)*, 1(5), 192–212. <https://doi.org/10.55606/Jsr.V1i5>
- Gaya, D., Hedonisme, H., Keuangan, P., Rumianti, C., & Launtu, D. A. (2022). *Economics And Digital Business Review Dampak Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar*. 3, 21–40.
- Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah : Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2).
- Kurniawan, C. (N.D.). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa.

- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (N.D.). Literasi Dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi Qr Code Indonesian Standard (Qris) Pada Kelompok Milenial.
- Lailatu Syifa. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mawardani, F., Niaga, P. T., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2021). Renny Dwijayanti. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9. <https://katadata.co.id>
- Murniatiningsih, E., & Negeri, S. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat (Vol. 5, Issue 1).
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Ningcahya., Syariah, J. E., Hukum, D., Syariah, E., Keputusan, P., Melalui, P., Terhadap, S., Konsumtif, P., Muslim, M., Kasus, S., Fakultas, M., Dan, E., Islam, B., Ratih, I., Dan, N., Rahmawati, L., Kunci, K., Pembelian, K., & Sitasi, C. (N.D.). Al-Iqtishadiyah Article Info Abstract.
- Puspita, Y. C. (N.D.). Kesesuaian Teknologi Digital Payment Aplikasi Ovo Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo.
- Raharjo Jati, W. (N.D.). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia.
- Rahman Khalifah, A., Triwardhani, D., & Syarief, N. (N.D.). Korelasi Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Keputusan Penggunaan Bni Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna Bni Mobile Di Jakarta).
- Ramadani, L. F., Universitas, E., & Malang, N. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jesp*, 8
- Rida Nur Afiyah. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- Riska. (2022). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Iain Parepare.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 1(2), 66.
- Rorin Mauludin Insana, D., & Susanti Johan, R. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 17, Issue 2).
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878.

- Salsabilla¹, R. D., Anggraini², S., & Luthfi Manshur, A. (2023). Pemanfaatan Diskon Besar Dalam E-Commerce Bagi Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1380–1389.
- Siti Erna Purnama Wati, “Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”, (Skripsi Sarjana : Program Studi Manajemen, Surabaya, 2020)
- Sri Kussujaniatun, D., Sujatmika, Ms., & Dwi Hari Laksana, Ms. (N.D.). Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (n.d.). 60 IAIN Palangka Raya PERKEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (N.D.). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. In *Jurnal Empati* (Vol. 9, Issue 4).
- Ulya, A. ', Putri, O. N., & Naylawati, W. A. (2023). Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1300–1308.
- Utami Syukri Dan Rahmatia, A., Utami Syukri, A., Studi Manajemen Stie Tri Dharma Nusantara Jalan Kumala, P., & Rahmatia, M. (2020). Determinan Pola Konsumsi Mahasiswa Yang Bekerja Di Stie Tri Dharma Nusantara. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (Vol. 6, Issue 1).