

Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* dan Literasi Keuangan Syari'ah terhadap Perilaku Konsumtif

Putri Zafira Ruhliandini¹, Yuni Mayanti², Ahmad Nur Kamali³, Indah Maharani⁴

^{1,2,4}Manajemen Bisnis Syari'ah, Universitas Ma'soem, Indonesia

³Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia

pz0107@gmail.com@gmail.com

Received : Nov' 2025 Revised : Dec' 2025 Accepted : Dec' 2025 Published : Dec' 2025

ABSTRACT

The rapid development of financial technology and the massive penetration of digital payment among students raise concerns about the increase in consumptive behavior due to the transaction ease that reduces the "pain of paying". This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of digital payment use and sharia financial literacy on consumptive behavior in FEBI Universitas Ma'soem students. This explanatory quantitative descriptive research utilized 158 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was performed using multiple linear regression, t-test, and F-test. The results indicate that, partially, digital payment use has a positive and significant effect on consumptive behavior, establishing it as the primary driving factor. Conversely, sharia financial literacy is partially correlated positively, significantly but weakly – a contradictory finding to sharia ethical principles. In the simultaneous model, although sharia financial literacy shows a negative direction (in line with theory), its influence is not statistically significant. Collectively, digital payment and sharia financial literacy affect consumptive behavior, contributing 39.3% of the observed variation. The main conclusion is that the dominant effect of digital payment cannot be effectively counterbalanced by sharia financial literacy knowledge alone; practical implementation of Sharia ethics is necessary to control student consumptive behavior.

Keywords : Consumptive Behavior; Digital Payment; Sharia Financial Literacy; Student

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi finansial dan penetrasi *digital payment* yang masif di kalangan mahasiswa menimbulkan kekhawatiran terhadap peningkatan perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi yang mereduksi *pain of paying*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh parsial dan simultan antara penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI Universitas Ma'soem. Penelitian kuantitatif deskriptif eksplanatori ini menggunakan 158 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, menjadikannya faktor pendorong utama. Sebaliknya, literasi keuangan syari'ah secara parsial berhubungan positif yang signifikan namun lemah, sebuah temuan yang kontradiktif dengan prinsip etika syariah. Dalam model simultan, meskipun literasi keuangan syari'ah menunjukkan arah negatif, pengaruhnya tidak signifikan. Secara bersama-sama, *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan kontribusi sebesar 39.3%. Kesimpulan utamanya adalah bahwa pengaruh dominan *digital payment* belum mampu diimbangi secara efektif

oleh sekadar pengetahuan literasi keuangan syari'ah, implementasi etika syariah secara praktis diperlukan untuk mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci : *Digital Payment*; Literasi Keuangan Syari'ah; Mahasiswa; Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) yang pesat telah mengubah lanskap transaksi ekonomi masyarakat global, termasuk di Indonesia. Fintech dapat menjadi pengubah permainan bagi ekonomi dunia yang berkembang pesat.[1] Layanan pembayaran digital telah meningkat secara dramatis di seluruh dunia. Pertumbuhan pesat ini sebagian besar didorong oleh inovasi teknologi dan kemauan regulator untuk memberikan peluang bagi penyedia layanan pembayaran spesialis baru untuk beroperasi tanpa lisensi perbankan. Selain itu, hal ini juga dibantu oleh pemulihan ekonomi yang berkelanjutan di pasar yang sudah mapan.[2]

Pembayaran digital atau *e-Payment* merupakan salah satu metode pembayaran yang sangat penting dan banyak digunakan oleh masyarakat. Metode ini merupakan metode pembayaran yang sangat aman, cepat, dan nyaman untuk melakukan pembayaran apa pun menggunakan internet. Selain itu, metode ini juga merupakan peluang bagi suatu perekonomian untuk tumbuh dan berkembang, serta kemajuan teknologinya dalam perekonomian dunia.[3]

Dalam beberapa tahun terakhir, sistem pembayaran digital (*digital payment*) seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan aplikasi pembayaran QRIS telah mengalami penetrasi yang masif, khususnya di kalangan generasi muda. Kemudahan, kecepatan, dan berbagai promo menarik yang ditawarkan oleh platform-platform ini menjadikannya sebagai primadona dalam bertransaksi. Namun, di balik efisiensi yang diberikan, terdapat kekhawatiran akan dampak psikologisnya terhadap pola konsumsi. Konsep uang yang semakin abstrak, karena tidak lagi dirasakan secara fisik, diduga dapat mengurangi "rasa sakit" saat mengeluarkan uang, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif. *Pain of paying* merupakan emosi negatif yang dialami oleh seseorang ketika akan melakukan proses pembayaran suatu barang atau jasa. Konsumen tidak akan menyukai perasaan negatif yang timbul akibat berkurangnya uang yang mereka miliki. Karena adanya perasaan negatif ini maka dapat menyebabkan mereka akan menekan pengeluaran untuk berbelanja. Dengan kata lain, semakin kuat konsumen merasakan *pain of paying* maka akan semakin kecil kemungkinan mereka menikmati suatu proses pembelian.[4]

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda yang melek teknologi dan aktif dalam dinamika sosial-ekonomi, merupakan kelompok yang paling rentan dan sering kali menjadi target utama dalam perkembangan teknologi pembayaran digital karena mereka merupakan pengguna aktif media sosial, aplikasi belanja online, dan layanan pembayaran digital.[5] Dalam ekosistem digital, ancaman seperti peretasan, penipuan daring, dan penyalahgunaan data pribadi menjadi isu yang tidak bisa diabaikan. Mahasiswa, yang sering kali menjadi target karena

kurangnya pengalaman dalam menghadapi risiko ini, perlu diberikan edukasi tentang cara menggunakan dompet digital secara aman. Misalnya, dengan memastikan kata sandi yang kuat, mengaktifkan fitur keamanan seperti autentikasi dua faktor, serta berhati-hati terhadap tautan atau pesan mencurigakan yang dapat menjadi upaya *phishing*. Selain itu, mahasiswa juga perlu menyadari pentingnya memeriksa reputasi penyedia layanan dompet digital sebelum memutuskan untuk menggunakannya.[6]

Tingkat literasi keuangan di Indonesia terbagi atas empat bagian yaitu *well literate* merupakan kelompok individu yang berwawasan dan berkepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan termasuk yang terkandung didalamnya yaitu produk, fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban, serta berkeahlian dalam memanfaatkan produk jasa keuangan, *sufficient literate* merupakan kelompok individu yang berwawasan dan berkepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan termasuk yang terkandung didalamnya yaitu produk, fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban produk jasa keuangan, *less literate* merupakan golongan individu yang cukup berwawasan perihal lembaga jasa keuangan termasuk produk dan jasa keuangan, dan *not literate* merupakan golongan individu yang tak berwawasan dan berkepercayaan terhadap lembaga, produk jasa keuangan serta tak berkeahlian dalam memanfaatkan produk jasa keuangan.[7]

Dalam konteks ini, literasi keuangan muncul sebagai faktor kunci yang diharapkan dapat menjadi penyeimbang. Literasi keuangan konvensional telah banyak dibahas, namun pendekatan literasi keuangan syari'ah menawarkan perspektif yang lebih holistik. Literasi keuangan syari'ah merupakan kecakapan dalam mencerna dan mengimplementasikan konsep keuangan syari'ah kemudian mampu menggunakan dan mengatur keuangan yang tersedia guna mencapai target yang diharapkan bersumberpada asas-asas syari'ah. Dengan literasi yang memadai, konsumen mampu mengelola keuangan sesuai aturan Islam. Diharapkan bahwa tingginya tingkat pemahaman ini akan mendorong masyarakat untuk lebih banyak menggunakan produk keuangan syari'ah.[8] Literasi keuangan syari'ah tidak hanya sekadar mengajarkan pengelolaan uang, tetapi juga menanamkan nilai-nilai etika dan spiritual dalam berekonomi. Prinsip-prinsip seperti menghindari *israf* (berlebihan), *tabdzir* (pemborosan), serta mendorong perilaku hemat dan investasi yang halal, diyakini dapat menjadi benteng dalam menghadapi godaan konsumtif di era digital.

Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat pada umumnya atau masyarakat rumah tangga yang memiliki pemenuhan akan kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya. Pada umumnya setiap orang khususnya mahasiswa akan melakukan kegiatan konsumsi dan suka terhadap hal-hal yang berbau konsumtif seperti suka berbelanja.[9] Di sisi lain, masa kuliah adalah periode di mana individu mulai membentuk kebiasaan keuangan mandiri yang akan berpengaruh hingga masa depannya. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, gaya hidup konsumtif dapat berdampak negatif, seperti munculnya masalah utang-piutang, kesulitan menabung, hingga

stres finansial. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali dampak QRIS terhadap kebiasaan belanja mahasiswa, khususnya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Universitas Ma'soem.

Penelitian ini secara khusus mengambil mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Ma'soem sebagai populasi dan sampel dengan beberapa pertimbangan strategis dan kontekstual. Pertama, sebagai mahasiswa program studi ekonomi dan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam, mereka diharapkan telah memiliki dasar pemahaman atau setidaknya terpapar dengan konsep-konsep keuangan syariah, sehingga variabel literasi keuangan syariah dapat diukur pada kelompok yang secara teoretis memiliki *baseline* pengetahuan yang relevan. Kedua, sebagai generasi muda yang aktif secara akademik dan sosial, mereka merupakan pengguna aktif teknologi dan sangat mungkin terpapar serta menggunakan berbagai layanan digital payment dalam aktivitas sehari-hari, sehingga memenuhi kriteria untuk mengamati fenomena penelitian. Ketiga, posisi mereka di persimpangan antara pengetahuan ekonomi (termasuk keuangan syariah) dan gaya hidup digital yang konsumtif menciptakan sebuah laboratorium sosial yang ideal untuk menguji ketegangan antara prinsip etika ekonomi Islam dan daya tarik kemudahan transaksi digital. Keempat, penelitian pada kelompok yang homogen secara institusional membantu mengontrol variabel pengganggu eksternal yang luas, sehingga hubungan antar variabel penelitian, penggunaan digital payment, literasi keuangan syariah, dan perilaku konsumtif, dapat diobservasi dengan lebih jelas. Dengan demikian, pemilihan sampel ini dianggap dapat memberikan gambaran yang mendalam dan fokus mengenai dinamika yang diangkat dalam penelitian.

Penelitian terdahulu telah menguji secara terpisah pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif, dan juga peran literasi keuangan (umum maupun syaria'h) dalam memengaruhi perilaku keuangan. studi mengenai perilaku konsumtif telah banyak mengaitkan dengan kemudahan transaksi digital, yang menciptakan *instant gratification* dan melemahkan kontrol pengeluaran. Namun, keterbaruan penelitian ini terletak pada integrasi simultan dari dua variabel independent, yakni penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syaria'h untuk menjelaskan fenomena perilaku konsumtif pada segmen Mahasiswa. Selain itu, penelitian ini secara spesifik menggunakan literasi keuangan syaria'h sebagai variabel prediktor, yang merupakan aspek penting dan belum banyak diteliti secara langsung sebagai mitigasi terhadap perilaku konsumtif akibat kemudahan *digital payment*, sehingga menawarkan kerangka model yang lebih komprehensif dan relevan dengan nilai-nilai etika ekonomi Islam.

Perkembangan riset mengenai perilaku konsumtif di era digital telah banyak dilakukan dengan berbagai variabel prediktor. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syaria'h terhadap perilaku konsumtif di antaranya penelitian oleh Gillian dkk yang menyatakan diketahui bahwa *digital payment* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna OVO di Kota Manado yaitu sebesar 31%. Penelitian ini menemukan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi

perilaku konsumtif pada pengguna aktif adalah kemudahan dalam melakukan transaksi, fitur point atau diskon, serta efektivitas waktu.[10] Penelitian lainnya yaitu oleh Abdul Rivai Hadji dkk, menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan literasi keuangan dan penggunaan *digital payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan literasi keuangan guna memitigasi dampak negatif penggunaan teknologi keuangan digital terhadap perilaku konsumsi.[11] Selanjutnya, penelitian oleh Pujia dkk, menyatakan bahwa hasil penelitian secara parsial dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif dan *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) dari penelitian ini adalah gaya hidup tidak dapat memperkuat literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat disimpulkan gaya hidup mahasiswa yang tinggi atau rendah tidak dapat mempengaruhi literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.[12]

Berbagai studi empiris konsisten menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan QRIS, berpengaruh signifikan dan positif dalam mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda dan mahasiswa, dengan mekanisme utama berupa reduksi “pain of paying” dan peningkatan instant gratification. Di sisi lain, literasi keuangan konvensional seringkali diteliti sebagai faktor mitigasi, namun hasilnya beragam; beberapa penelitian menemukan pengaruh yang tidak signifikan atau lemah dalam menekan kecenderungan konsumtif. Berangkat dari kesenjangan tersebut, kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi konsep Literasi Keuangan Syariah sebagai variabel independen utama, bukan sekadar literasi keuangan umum. Penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan menguji apakah pemahaman nilai-nilai etika Islam (seperti *qana'ah* dan larangan pemborosan) mampu memitigasi dampak masifnya penggunaan *digital payment*. Dengan melakukan ini, penelitian tidak hanya mengonfirmasi temuan sebelumnya tentang kekuatan digital payment, tetapi juga mengeksplorasi *gap* antara pengetahuan teoritis syariah dan implementasi praktisnya dalam menghadapi godaan konsumsi di dunia digital, sekaligus menawarkan perspektif yang lebih holistik dan kontekstual, khususnya bagi mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti. Secara spesifik, penelitian ini menghadapi pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana penggunaan *digital payment*, yang dikenal menawarkan kemudahan transaksi, berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain itu, perlu diuji pula apakah literasi keuangan syariah, sebagai pengetahuan yang menekankan prinsip etika dan pengendalian diri dalam pengeluaran, memiliki pengaruh signifikan dalam mengurangi atau mengendalikan perilaku konsumtif tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini

dirumuskan untuk mencari jawaban terperinci mengenai pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen dan juga pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada kelompok sampel mahasiswa.

METODE

Penelitian ini akan mendeskripsikan secara kuantitatif sejauh mana penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syariah berperan dalam perilaku konsumtif, serta menjelaskan hubungan sebab-akibat atau pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti, maka dari itu jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan eksplanatori. Pengumpulan data akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode ini efektif untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar dan mengukur penggunaan *digital payment*, literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif. Target populasi adalah mahasiswa dan mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Universitas Ma'soem. Pengambilan sample menggunakan teknik *Purposive sampling*. Populasi mahasiswa-mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma'soem angkatan tahun 2022-2025 berjumlah 262. Menentukan sample menggunakan rumus Slovin di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi = 262

e = margin of error (tingkat kesalahan) = 5%

Berdasarkan rumus Slovin, berikut perhitungan sampel untuk populasi mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma'soem:

$$n = \frac{262}{1 + 262(0,05)^2}$$

$$n = \frac{262}{1 + 262 (0,0025)}$$

$$n = \frac{262}{1 + 262 (0,0025)}$$

$$n = \frac{262}{1 + 0,655}$$

$$n = \frac{262}{1,655}$$

$$n = 158$$

Sample yang di butuhkan adalah sebanyak 158 responden. ariah, serta hasil uji power analysis menunjukkan sampel 185 sudah memadai. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Selanjutnya, untuk Teknik analisis data adalah dengan statistic deskriptif dan statistic inferensial yang terdiri dari Analisis regresi linier berganda, uji korelasi, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Stastik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Digital payment</i>	158	25	49	35.52	6.279
Literasi Keuangan Syari'ah	158	21	50	41.51	6.254
Perilaku Konsumtif	158	22	50	33.42	7.085
Valid N (listwise)	158				

Tabel di atas menyajikan hasil statistik deskriptif untuk variabel penelitian. Variabel *Digital payment* diukur pada 158 responden. Skor yang diperoleh responden berada dalam rentang minimum 25 hingga maksimum 49. Rata-rata skor yang dicapai responden untuk variabel ini adalah 35.52. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan atau pemahaman responden terhadap *Digital payment* cenderung berada pada kategori. Selain itu, nilai Standar Deviasi sebesar 6.279 mengindikasikan bahwa data skor *Digital payment* memiliki penyebaran yang cukup moderat di sekitar nilai rata-rata, menunjukkan responden memiliki pandangan yang relatif beragam.

Variabel Literasi Keuangan Syari'ah, data juga diperoleh dari 158 responden. Rentang skor yang didapat sangat lebar, dari nilai minimum 21 hingga mencapai skor maksimum teoritis, yaitu 50. Nilai rata-rata variabel ini adalah 41.51, yang merupakan rata-rata tertinggi di antara semua variabel dalam tabel. Rata-rata skor yang tinggi ini mengindikasikan bahwa secara umum, responden penelitian memiliki tingkat literasi keuangan syari'ah yang sangat baik. Nilai Standar Deviasi yang hampir sama dengan variabel pertama, yakni 6.254, menunjukkan bahwa keragaman jawaban responden relatif terkontrol dan serupa dengan *Digital payment*.

Variabel Perilaku Konsumtif diukur pada 158 responden (N=158). Skor yang diperoleh responden berada dalam rentang minimum 22 hingga skor maksimum teoritis, yaitu 50. Nilai rata-rata (*Mean*) variabel *Perilaku Konsumtif* adalah 33.42. Jika mengacu pada skor tengah teoritis, rata-rata ini berada sedikit di atas nilai tengah, mengindikasikan bahwa responden secara umum memiliki tingkat perilaku konsumtif yang moderat cenderung tinggi. Nilai Standar Deviasi adalah 7.085. Nilai ini merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan *Digital payment* (6.279) dan *Literasi Keuangan Syari'ah* (6.254). Standar deviasi tertinggi menunjukkan adanya heterogenitas (keragaman) jawaban yang paling signifikan di antara ketiga variabel. Hal ini menyiratkan bahwa respons terhadap pernyataan perilaku konsumtif sangat bervariasi; beberapa responden memiliki skor perilaku konsumtif yang sangat rendah, dan sebagian besar lainnya memiliki skor yang tinggi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dari suatu variabel berdistribusi normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan untuk Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* (dengan SPSS) didasarkan pada nilai *Asymp. Sig.*

(2-tailed) dibandingkan dengan taraf signifikansi (0,05). Data berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, sedangkan data tidak berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$.

Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Digital payment	Literasi Keuangan Syari'ah	Perilaku Konsumtif
N		158	158	158
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	35.52	41.51	33.42
	Std. Deviation	6.279	6.254	7.085
Most Extreme Differences	Absolute	.238	.202	.432
	Positive	.238	.202	.432
	Negative	-.079	-.101	-.159
Test Statistic		.238	.202	.432
Asymp. Sig. (2-tailed)		.319 ^c	.213 ^c	.589 ^c

a. Test distribution is Normal.

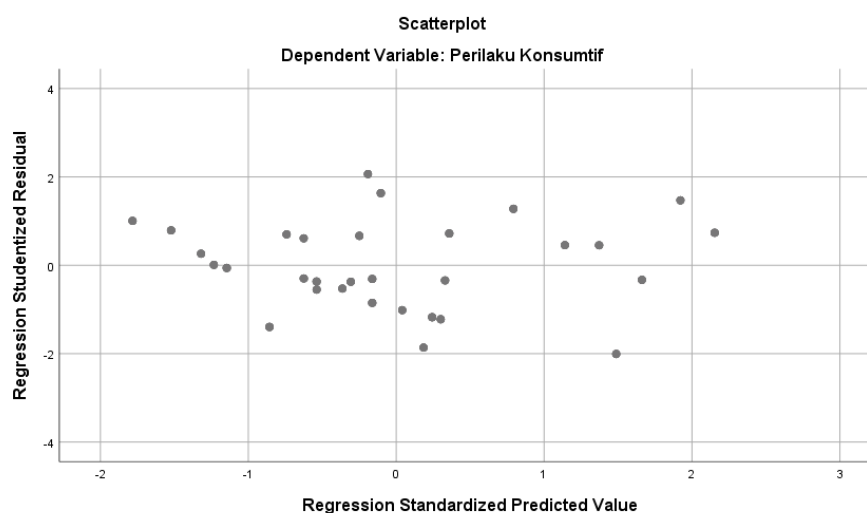
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas untuk *digital payment* adalah Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,319. Karena $0,319 > 0,05$, maka data variabel *Digital payment* berdistribusi normal. Untuk literasi keuangan hasilnya Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,213. Karena $0,213 > 0,05$, maka data variabel Literasi Keuangan Syari'ah berdistribusi normal. Sedangkan untuk perilaku konsumtif Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,589. Karena $0,589 > 0,05$, maka data variabel Perilaku Konsumtif berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat adanya ketidaksamaan varians residual pada semua pengamatan dalam model regresi linear. Uji ini bertujuan untuk memastikan varians kesalahan (residual) dalam model regresi bersifat konstan untuk semua pengamatan, sebuah asumsi penting dalam regresi linear. Salah satu cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat *scatterplot* antara nilai prediksi (*ZPRED*) dan nilai residual (*SRESID*). Dasar pengambilan keputusan adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas (Homoskedastisitas) jika titik-titik data menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sedangkan terjadi Heteroskedastisitas jika titik-titik data membentuk pola tertentu yang teratur (misalnya, melebar, menyempit, atau bergelombang).



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil grafik scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu (seperti corong atau gelombang). Penyebaran titik-titik tersebut juga tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil visual dari Scatterplot, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas atau dengan kata lain, model regresi bersifat Homoskedastisitas.

Uji Glejser adalah metode statistik untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual (atau, seperti yang Anda lakukan, terhadap *Unstandardized Residual*). Keputusan diambil berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) pada tabel *Coefficients* di hasil SPSS. Kita membandingkan nilai Sig. dari setiap variabel independen dengan taraf signifikansi, umumnya 0,05. Tidak terjadi Heteroskedastisitas (Homoskedastisitas) jika nilai Sig. $> 0,05$ untuk setiap variabel independen. Terjadi Heteroskedastisitas jika nilai Sig. $< 0,05$ untuk salah satu atau lebih variabel independen.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.574E-15	3.150		.000	1.000
	Digital payment	.000	.085	.000	.000	1.000
	Literasi Keuangan Syari'ah	.000	.086	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Hasil dari uji Glesjer di atas untuk *digital payment* adalah Nilai Signifikansi adalah 1,000. Karena $1,000 > 0,05$, maka variabel *Digital payment* tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Literasi Keuangan Syari'ah Nilai Signifikansi adalah

1.000. Karena $1.000 > 0,05$, maka variabel Literasi Keuangan Syari'ah tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi, *digital payment* memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif, dengan kata lain dapat dirumuskan jika *digital payment* naik maka perilaku konsumtif semakin tinggi. Analisis regresi diperoleh persamaan berikut:

$$\text{Perilaku Konsumtif} = 8,589 + 0,700 \times \text{Digital payment} \quad (2)$$

Setiap peningkatan 1 unit pada *Digital payment* akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.700 unit, dengan asumsi variabel lain (jika ada) konstan. Nilai positif menunjukkan hubungan searah antara *Digital payment* dan Perilaku Konsumtif. Berikut hasil regresi sederhana dengan menggunakan SPSS for windows version 25.0:

Tabel 4. Analisis Regresi Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.569	2.556		3.352	.001
	<i>Digital payment</i>	.700	.071	.620	9.874	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Adapun besar hubungan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat pada Analisis Korelasi *Pearson Product Moment* di bawah ini:

Tabel 5. Analisis Korelasi Correlations

		<i>Digital payment</i>	Perilaku Konsumtif
<i>Digital payment</i>	Pearson Correlation	1	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	158	158
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	158	158

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil yang disajikan pada table di atas, ditemukan bahwa koefisien korelasi (r) antara *Digital payment* dan Perilaku Konsumtif adalah 0.620. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kedua variabel. Arah korelasi yang positif mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan *Digital payment* cenderung diikuti oleh peningkatan Perilaku Konsumtif, demikian pula sebaliknya. Untuk menguji signifikansi hubungan tersebut, dianalisis nilai signifikansi (Sig. 2-tailed). Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.000. Karena nilai p tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 ($0.000 < 0.05$), maka disimpulkan bahwa korelasi tersebut signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya hubungan

antara *Digital payment* dan Perilaku Konsumtif diterima. Secara substansial, korelasi sebesar $r=0.620$ tergolong dalam kategori hubungan kuat (berada di antara 0.60 - 0.79). Hal ini menegaskan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki kontribusi yang cukup besar dan terukur terhadap kecenderungan perilaku konsumtif seseorang dalam konteks penelitian ini. Sedangkan kekuatan pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat pada Koefisien Determinasi atau *R Square* pada table SPSS di bawah ini:

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.385	.381	5.576

a. Predictors: (Constant), *Digital payment*

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan pada tabel Model Summary, diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.385. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu *Digital payment*, secara bersama-sama mampu menjelaskan variabilitas (keragaman) yang terjadi pada variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif, sebesar 38.5%. Sementara itu, sisa sebesar 61.5% dari variasi Perilaku Konsumtif dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model regresi ini, seperti faktor-faktor psikologis, faktor sosial-budaya, atau pendapatan responden. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *digital payment* memiliki nilai $t_{hitung} = 9,874$ dan memiliki nilai $t_{tabel} = 1,975$, dengan taraf signifikansi adalah 0,05 (5%). Oleh karena itu $t_{hitung} 9,874 > t_{tabel} 1,975$, artinya t_{hitung} lebih besar pada t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh yang signifikan antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 7. Analisis Uji-t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.569	2.556		3.352	.001
	<i>Digital payment</i>	.700	.071	.620	9.874	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hal ini sejalan dengan teori dan temuan yang dilakukan Viani bahwa digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana kemudahan yang diberikan *digital payment* membuat masyarakat menjadi konsumtif.[13]

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi, literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif, dengan kata lain dapat dirumuskan jika *digital payment* naik maka perilaku konsumtif semakin tinggi. Analisis regresi diperoleh persamaan berikut:

$$\text{Perilaku Konsumtif} = 20,75 + 0,306 \times \text{Literasi Keuangan Syari'ah} \quad (3)$$

Setiap peningkatan 1 unit pada literasi keuangan syari'ah akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.306 unit, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai positif menunjukkan hubungan searah antara literasi keuangan syari'ah dan Perilaku Konsumtif. Namun, temuan ini bersifat kontrainuitif karena bertentangan dengan prinsip etika Islam yang seharusnya menuntut hubungan negatif (literasi keuangan syariah menekan konsumtif). Adanya koefisien positif ini perlu didiskusikan lebih lanjut, namun secara statistik bahwa pada sampel ini, literasi keuangan syari'ah terbukti signifikan tetapi belum mampu berfungsi sebagai penekan konsumtif. Berikut hasil regresi sederhana dengan menggunakan SPSS for windows version 25.0:

Tabel 8. Analisis Regresi

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	20.725	3.666		5.654	.000
	Literasi Keuangan Syari'ah	.306	.087	.270	3.503	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Adapun besar hubungan literasi keuangan syari'ah terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat pada Analisis Korelasi *Pearson Product Moment* di bawah ini:

Tabel 9. Analisis Korelasi Correlations

		Literasi Keuangan Syari'ah	Perilaku Konsumtif
Literasi Keuangan Syari'ah	Pearson Correlation	1	.270**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	158	158
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.270**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	158	158

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil yang disajikan pada table di atas, ditemukan bahwa koefisien korelasi (r) antara Literasi Keuangan Syari'ah dan Perilaku Konsumtif adalah positif (+0.270), yang berarti terdapat hubungan searah antara kedua variabel. Semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan Syari'ah, semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif. Untuk menguji signifikansi hubungan tersebut, dianalisis nilai signifikansi (Sig. 2-tailed). Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001. Karena $0,001 < 0,01$ maka hubungan korelasi antara Literasi Keuangan Syari'ah dan Perilaku Konsumtif adalah sangat signifikan secara statistik, meskipun kekuatannya lemah. Secara substansial, $r=0,270$ berada dalam rentang 0.20 hingga 0.399, maka hubungan antara Literasi Keuangan Syari'ah dan Perilaku Konsumtif dikategorikan sebagai hubungan yang lemah. Sedangkan kekuatan pengaruh

penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat pada Koefisien Determinasi atau *R Square* pada table SPSS di bawah ini:

Tabel 10. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.270 ^a	.073	.067	6.843

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syari'ah

Berdasarkan tabel di atas variabel Literasi Keuangan Syari'ah hanya menyumbang 7.3% (atau 6.7% berdasarkan Adjusted R^2) dalam menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada Perilaku Konsumtif. Sedangkan sisanya 92,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini yang tidak diteliti. Temuan ini bersifat kontraintuitif karena bertentangan dengan prinsip dasar ekonomi Islam yang menanamkan nilai-nilai menghindari *israf* dan *tabdzir*, yang seharusnya menghasilkan hubungan negatif. Hubungan positif yang ditemukan, meskipun kekuatannya tergolong lemah, mengindikasikan bahwa sekadar memiliki pengetahuan teoritis tentang keuangan syariah (literasi) belum cukup untuk diterjemahkan menjadi tindakan praktis pengendalian diri dalam berbelanja (perilaku konsumtif) di kalangan mahasiswa. Dalam konteks era digital, godaan konsumtif yang dipicu oleh kemudahan *digital payment* dan *instant gratification* mungkin memiliki daya tarik yang jauh lebih besar dibandingkan kekuatan pengendalian dari literasi pengetahuan semata.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *digital payment* memiliki nilai $t_{hitung} = 3,503$ dan memiliki nilai $t_{tabel} = 1,975$, serta nilai signifikansi (Sig.) 0.001 dengan taraf signifikansi adalah 0,05 (5%), artinya t_{hitung} lebih besar pada t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syari'ah terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 11. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.725	3.666		5.654	.000
	Literasi Keuangan Syari'ah	.306	.087	.270	3.503	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Pengaruh Penggunaan *Digital payment* dan Literasi Keuangan Syari'ah terhadap Perilaku Konsumtif

Adapun hasil analisis regresi pengaruh penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 12. Analisis Regresi Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.358	3.150		3.606	.000
	Digital payment	.772	.085	.684	9.050	.000
	Literasi Keuangan Syari'ah	-.129	.086	-.114	-1.504	.135

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah secara simultan memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Analisis regresi berganda diperoleh persamaan:

$$\text{Perilaku Konsumtif} = 11,358 + 0,772 (\text{Digital payment}) - 0,129 (\text{Literasi Keuangan Syari'ah}) \quad (4)$$

Jika *Digital payment* dan Literasi Keuangan Syari'ah bernilai nol, maka Perilaku Konsumtif diperkirakan sebesar 11.358. Setiap peningkatan 1 unit pada *Digital payment* akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.772 unit, dengan asumsi Literasi Keuangan Syari'ah konstan. Setiap peningkatan 1 unit pada Literasi Keuangan Syari'ah akan menurunkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.129 unit, dengan asumsi *Digital payment* konstan. Koefisien negatif menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman prinsip syari'ah (literasi) justru menurunkan perilaku konsumtif.

Fenomena koefisien berubah arah atau signifikansi hilang dalam regresi berganda dikenal sebagai efek variabel penekan (*suppressor variable*) atau adanya kolinearitasi yang kompleks. Ketika dimasukkan bersama *digital payment*, literasi keuangan syari'ah berubah menjadi negatif. Secara teori, Literasi keuangan syari'ah seharusnya mendorong perilaku yang bijak dan non-konsumtif. Sesuai dengan teori yang ada bahwa literasi keuangan syari'ah terhadap pengelolaan keuangan individu mempunyai fokus penting dalam mengedukasi masyarakat Indonesia secara umum dalam mengelolaa keuangan secara komprehensif. Dan ini sejalan dengan program literasi keuangan secara umum dimana literasi keuangan mempunyai tujuan untuk mengedukasi masyarakat Indonesia agar dapat mengelola secara cerdas, agar tidak mudah menyesatkan[14]

Adapun hubungan *Digital payment* dan Literasi Keuangan Syari'ah terhadap Perilaku Konsumen dapat dilihat pada Analisis Korelasi Pearson Product Moment yaitu sebesar 0,627. Nilai R ini mewakili koefisien korelasi yang menunjukkan kekuatan hubungan secara simultan antara variabel independent, yaitu *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Berdasarkan pedoman umum interpretasi korelasi, nilai ini berada pada interval 0,60 – 0,80, artinya terdapat hubungan positif yang kuat antara penggunaan *Digital payment* dan Literasi Keuangan Syari'ah secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif.

Tabel 13. Analisis Korelasi
Correlations

		Digital payment	Literasi Keuangan Syari'ah	Perilaku Konsumtif
Digital payment	Pearson Correlation	1	.561**	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	158	158	158
Literasi Keuangan Syari'ah	Pearson Correlation	.561**	1	.270**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	158	158	158
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.620**	.270**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	
	N	158	158	158

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil koefisien determinasi atau *R Square* (R^2) sebesar 0,393, ini berarti 39,3% variasi pada perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel *digital payment* dan literasi keuangan syari'ah secara bersama-sama. Sisa persentase yaitu 60,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini yang tidak diteliti. Perhitungan koefisien determinasi menggunakan *SPSS For Windows 25.0* di sajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 14. Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.386	5.553

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syari'ah, *Digital payment*

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menggunakan Uji F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F yang dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Berdasarkan perhitungan *SPSS 25.0 For Windows* diperoleh F_{hitung} sebesar 50,273 dan F_{tabel} sebesar 3,05. Aturan keputusannya adalah, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak oleh karena itu $F_{hitung} 50,273 > F_{tabel} 3,05$. Hasil perhitungan menggunakan *SPSS* disajikan dengan table di bawah ini:

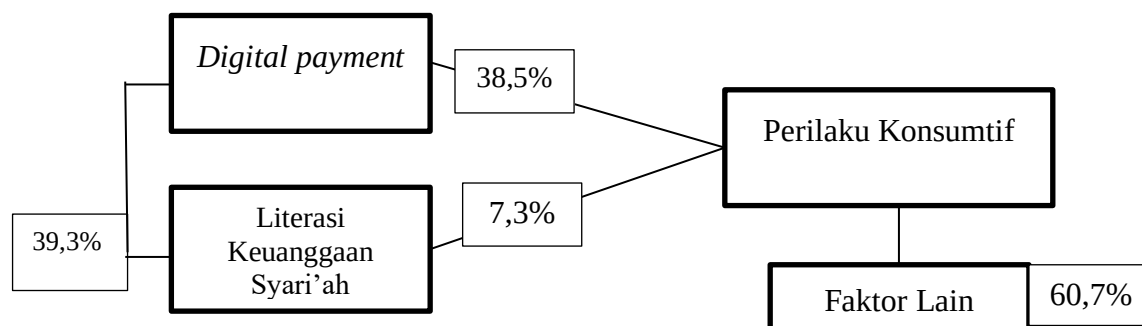
Tabel 15. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3100.657	2	1550.328	50.273	.000 ^b
	Residual	4779.932	155	30.838		
	Total	7880.589	157			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syari'ah, *Digital payment*

Berdasarkan hasil uji analisis yang dikemukakan di atas, peneliti dapat membuktikan hasil hipotesis dengan menggunakan bagan atau gambar agar mudah dimengerti. Berikut merupakan jawaban hasil hipotesis:



Gambar 2. Jawaban Hipotesis

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan syariah secara simultan memberikan kontribusi sebesar 39.3% dalam menjelaskan variasi pada perilaku konsumtif mahasiswa. Angka ini secara signifikan menunjukkan bahwa kemudahan transaksi non-tunai dan tingkat pemahaman syariah merupakan faktor penting dalam menentukan perilaku belanja mahasiswa. Sementara itu, sisa 60.7% variasi Perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi ini, seperti pengaruh lingkungan sosial, *peer pressure*, *self-control* atau pengendalian diri non-keuangan, serta pengaruh media sosial. Hal ini menguatkan teori bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena multidimensional yang tidak hanya didorong oleh faktor kemudahan finansial dan pengetahuan etika, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosiologis yang sangat dominan di kalangan mahasiswa.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *digital payment* merupakan faktor dominan yang secara positif dan signifikan mendorong perilaku konsumtif pada mahasiswa, yang ditunjukkan oleh kuatnya koefisien regresi. Sementara itu, literasi keuangan syariah menunjukkan hasil yang kompleks dan kontradiktif; secara parsial, lks justru berhubungan positif secara lemah dengan konsumtif, mengindikasikan bahwa pengetahuan teoritis Syariah belum efektif menekan pengeluaran di era digital. Namun, dalam pengujian simultan, literasi keuangan syariah menunjukkan arah koefisien yang negatif dan sejalan dengan teori, meskipun dampaknya tidak signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, *digital payment* dan literasi keuangan syariah secara simultan hanya mampu menjelaskan 39.3% variasi Perilaku Konsumtif, menegaskan bahwa kemudahan transaksi digital memiliki pengaruh yang sangat besar, dan mayoritas perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Untuk mengatasi temuan ini, saran praktis ditujukan kepada mahasiswa agar tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan literasi keuangan syariah, melainkan juga memperkuat komitmen etika dan implementasi praktis prinsip syariah dalam keseharian, seperti dengan menerapkan manajemen anggaran dan mengaktifkan simulasi *pain of paying* melalui notifikasi transaksi. Institusi pendidikan disarankan untuk mengembangkan kurikulum yang secara spesifik menghubungkan literasi keuangan syariah dengan literasi digital dan risiko konsumtif di platform *fintech*. Selain itu, untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk memperluas model dengan memasukkan variabel lain, seperti tingkat religiusitas atau gaya hidup, untuk menguji apakah faktor internal atau sosial mampu memediasi atau memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah agar lebih efektif mengimbangi daya dorong konsumtif yang berasal dari penggunaan *digital payment*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Zafira Ruhliandini, "Peran Fintech Syariah dalam Mendorong Inklusi Keuangan Berbasis Digital," *Agustus*, vol. 4, no. 3, pp. 514–524, Aug. 2025, doi: 10.32627.
- [2] un Jaja Raharja and H. Abdul Muhyi, "Digital Payment as an Enabler for Business Opportunities: A Go-Pay Case Study," *Review of Integrative Business and Economics Research*, vol. 9, no. 1, pp. 319–329, [Online]. Available: <http://buscompress.com/journal-home.html>
- [3] G. Gosh, "Adoption of Digital Payment System by Consumer: A review of Literature," *IJCRT: International Journal Of Creative Research Thoughts*, vol. 9, no. 2, Feb. 2021.
- [4] R. Sari Qurniawati, D. Rachmat Andreyan, and Y. Arif Nurohman, "Determinan Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Pengguna Buy Now Pay Later," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Mei, vol. 9, no. 9, pp. 230–238, May 2023, doi: 10.5281/zenodo.7951720.
- [5] Andi Riski Firnanda, Putri Sulisti, and Hildawati Hildawati, "Dampak QRIS Terhadap Kebiasaan Belanja Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus Mahasiswa STIA Lancang Kuning Dumai," *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, vol. 3, no. 1, pp. 110–119, Dec. 2024, doi: 10.61132/menawan.v3i1.1122.
- [6] A. Azmi Alfizar, "Analisis Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dalam Konsumsi Harian Mahasiswa IAI Tazkia," *AFIJIS: Al Fadhilah International Journal of Islamic Studies*, vol. 01, no. 1, p. 2024, 2024.
- [7] D. Djuwita and A. A. Yusuf, "Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, vol. 10, no. 1, p. 105, Jun. 2018, doi: 10.24235/amwal.v10i1.2837.
- [8] Moch. Uzeir Mustaqfirin, Muhamad Ali Tamrin, and Muhamad Nuruzzaman, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah Dan Religiusitas Terhadap Minat Bertransaksi Pada Bank Syariah Dalam

-
- Perspektif Hukum Ekonomi Islam,” *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 651–661, Jun. 2025, doi: 10.58401/salimiya.v6i2.2400.
- [9] C. Kurniawan, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa,” *JMWE: Jurnal Media Wahana Ekonomi*, vol. 13, no. 4, 2017, doi: <https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>.
- [10] G. Thesalonica, C. Mongi, J. J. Rogahang, and O. F. C. Walangitan, “Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna OVO di Kota Manado,” vol. 6, no. 1, pp. 2723–0112, 2025.
- [11] A. R. Hadji, A. T. Naukoko, and S. Y. L. Tumangkeng, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, vol. 25, no. 4, pp. 51–61, Sep. 2025, Accessed: Nov. 13, 2025. [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/download/64128/50533/162415>
- [12] D. P. Pujia, C. E. Hidayat, H. Kamela, Susilowati, and Suhartono, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya,” *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 661–677, Dec. 2024, doi: 10.37012/ileka.v5i2.2455.
- [13] V. Naufalia, “engaruh Digital Payment dan E-Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif,” *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen*, vol. 1, no. 1, May 2022.
- [14] A. Rurkinantia, “Peranan Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa,” *Journal of Islamic Studies and Humanities*, vol. 6, no. 2, pp. 89–96, Sep. 2021, doi: 10.21580/jish.v6i2.9023.
-