

## **Pengaruh *E-Payment*, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

**Ika Nur Aeni;Lucky Enggrani Fitri;Muhammad Roihan**

Universitas Jambi, akunika14@gmail.com;  
Universitas Jambi, lucky\_fitri@unja.ac.id;  
Universitas Jambi, muhammadroihan@unja.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of e-payment, Islamic financial literacy and lifestyle on consumptive behavior among students. This research was conducted at the Faculty of Economics and Business, Jambi University. The method used in this research is quantitative method. The technique used in sampling is purposive samling technique. The number of samples taken was 97 respondents from a population of 3,642. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The data analysis technique in this study was carried out using the SmartPLS 3 application program. The results showed that partially e-payment (X1) had no significant effect on consumptive behavior with a statistical T value of  $9.240 > 1.96$  with a significant level (P-value) of  $0.000 < 0.05$ . Meanwhile, Islamic financial literacy (X2) has no significant effect on consumptive behavior with a statistical T value of  $0.006 < 1.96$  with a significant level (P-value) of  $0.497 > 0.05$  and lifestyle (X3) has a significant effect on consumptive behavior with a statistical T value of  $0.091 < 1.96$  with a significant level (P-value) of  $0.464 > 0.05$ . Simultaneously e-payment, Islamic financial literacy and lifestyle positively affect consumptive behavior.*

**Keywords:** *E-Payment, Islamic Financial Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior, Students.*

### **PENDAHULUAN**

Perilaku konsumsi merupakan sebuah cara manusia dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam hidup. Arti konsumsi itu sendiri yaitu sebuah proses yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan suatu barang atau jasa sehingga bisa memenuhi kebutuhan. Jika dilakukan secara berlebih-lebihan, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan konsumsi itu menjadi kegiatan perilaku yang konsumtif. Perilaku konsumtif dapat dideskripsikan terhadap seseorang yang mampu menghabiskan sesuatu dengan mementingkan keinginan dibanding kebutuhan untuk memberikan kepuasan diri tanpa adanya batasan. Ciri perilaku yang konsumtif salah satu nya adalah orang yang membeli suatu barang bukan berdasarkan memenuhi kebutuhan hidup melainkan adanya keinginan untuk kepuasan diri (Safira et al., 2023).

Beberapa prinsip dalam Islam yang menjadi patokan di kehidupan pada perilaku konsumsi adalah prinsip kebersihan, moralitas, murah hati dan sederhana (Maharani, 2020). Diatur dalam Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31

Artinya : *"Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan".*

Dalam Hadist Riwayat Imam Ahmad (4505) Nabi Muhammad SAW bersabda : *"Makan, minum, bersedekah serta berpakaianlah kalian dengan tidak berlebih-lebihan".*

Ada 3 tingkat kemaslahatan yang mengacu skala prioritas dalam perilaku konsumsi yaitu, pertama kebutuhan pokok (kemaslahatan *dharuri*) meliputi agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Yang kedua kebutuhan skunder (kemaslahatan *hajji*) dan ketiga kebutuhan tersier (kemaslahatan *tahsini*). Pada perilaku konsumsi Ekonomi Islam, manusia tidak mengonsumsi secara berlebih-lebihan dan tida boros, namun dituntut untuk selalu sederhana terutama umat muslim. Selama tidak menimbulkan *nafsadah*, Islam memperbolehkan umat muslim untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Wardani, 2021). Pada penelitian (Hasanah et al., 2023) menyatakan bahwa prinsip konsumsi dalam Ekonomi Islam mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Ada perbedaan yang bersignifikan jika dibandingkan dengan Ilmu ekonomi modern yang hanya mengutamakan materialis saja. Konsumsi dalam Islam diatur dalam 5 prinsip utama, meliputi keadilan, kesederhanaan, moralitas, kebersihan dan murah hati. Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa, yang mana perilaku konsumtif terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu sosial budaya, lingkungan dan yang lainnya. Selain itu, mahasiswa juga lebih tergoda dengan adanya diskon yang mana mereka lebih mementingkan keinginan mereka dibandingkan kebutuhan yang menaikkan gaya hidup. Dalam islam Allah SWT berfirman dalam Qur'an surah Al-Isra' ayat 26-27.

Artinya : *dan janganlah kamu menghamburkan hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhanmu".*

Layanan *mobile payment* yang terdapat pada *smartphone* menjadi tempat pembayaran baru sekaligus meningkatkan inklusif di Indonesia. Penggunaan QRIS merupakan salah satu penggunaan dalam *mobile payment* yang berkembang pesat di era ini. Sehubungan dengan implementasi Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) di Provinsi Jambi, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Propvinsi Jambi juga mengadakan kegiatan pembelajaran GNNT yang mana pelajar dan mahasiswa menjadi sasaran utama karena secara umum kelompok anak muda melek dengan teknologi, mau mencoba sesuatu yang baru dan cenderung memilih hal yang praktis. Dari kegiatan tersebut GNNT mengharapkan bahwa tingkat inklusi keuangan dapat meningkat dan dapat menciptakan *less cash society* di Jambi (Perwakilan BI Jambi, 2023).

Berdasarkan data BPS hasil pendataan survei Susenas 2022 bahwa pada tahun 2022 terdapat 66,48% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Tingginya tingkat penggunaan internet menggambarkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi serta perubahan masyarakat informasi. Meningkatnya jumlah pengakses internet di Indonesia tidak lepas dari meningkatnya perkembangan *smartphone*. Tercatat 67,88% penduduk Indonesia memiliki *smartphone* pada tahun 2022. Lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2021 yang mencapai 65,87% .

**Tabel 1. Data Pengguna Dompet Digital September 2022**

Jenis e-payment	Percentase jumlah pengguna
Gopay	71%
OVO	70%
Dana	61%
ShoppePay	60%
LinkAja	27%

Sumber : databoks.katadata.co.id

Sikap boros yang dilakukan oleh mahasiswa juga disebabkan karena mahasiswa kurang mampu mengelola keuangannya. Seharusnya mahasiswa harus mampu dalam mengelola keuangan agar tidak berlebihan saat mengambil keputusan. Maka perlu di edukasi bahkan telah muncul pada penerapannya tetapi sedikit yang menghasilkan keilmuan itu mulai dari cerdas membaca peluang keuangan, produktif dalam berwirausaha dan kemampuan dalam mengelola keuangan. Dengan adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan syariah akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, maka individu dapat memaksimalkan nilai waktu, uang, dan keuntungan yang diperoleh seorang individu akan semakin tinggi dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.

Pada hasil penelitian (Puspitasari & Indrarini, 2021) menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi Islam. Hasil penelitian (Fadhilah, 2023) menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian (Meylina, 2023; Sustiyo, 2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mahasiswa secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Sedangkan pada penelitian (Pratiwi, 2022) menunjukkan hasil bahwa secara parsial literasi keuangan perpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun berpengaruh positif secara simultan. Pada penelitian (Sofyan, 2023) menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan syariah secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun berpengaruh positif secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto.

Gaya hidup mahasiswa kerap mengonsumsi suatu barang untuk memenuhi keinginan saja terutama dalam berbelanja. Namun di sisi lain, pembelanja yang loyal akan meningkatkan perekonomian terutama UMKM. Di sekeliling kampus Universitas Jambi juga banyak sekali umkm terutama umkm makanan yang berinovasi baru sehingga kebanyakan mahasiswa penasaran dan membeli untuk kepuasan pribadi. Selain itu juga mahasiswa ketika diluar kelas mereka menyempatkan untuk berkumpul bersama atau rapat organisasi baik di kantin maupun di kafe yang pastinya mereka akan memesan makanan. Apabila hal tersebut dilakukan secara terus menerus maka akan menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Namun, selain makanan juga ada faktor lain yaitu belanja *online* dan yang lainnya.

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh e-payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif serta seberapa besar pengaruh e-payment, literasi keuangan syariah dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara bersamaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *E-Payment*

*E-payment* merupakan sebuah alat pembayaran yang dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan terhadap pengguna untuk bertransaksi. Masyarakat cukup melakukan transaksi secara *online*. *E-payment* adalah wakil dari semua transaksi non-tunai yang mana penjual dan pembeli hanya menggunakan akun tabungan melalui jaringan internet untuk bertansaksi (Wijaya et al., 2023).

### Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan adalah pengetahuan, pemahaman, kemampuan atau keterampilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan uang. Literasi keuangan ini menjadikan dasar preferensi seseorang ketika menggunakan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan. Literasi keuangan dalam buku Pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Nasional adalah proses peningkatan pengetahuan, keterampilan yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang untuk mengambil sebuah keputusan yang berkualitas supaya bisa mengatur keuangan dengan baik (Sugiarti, 2023).

### Gaya Hidup

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Istilah gaya hidup pada awalnya dibuat oleh psikolog Austria, Alfred Adler dan Ferdinand the Bull, pada tahun 1929. Menurut Kotler mengatakan bahwa Gaya hidup secara luas diartikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Ramadhan et al., 2022).

### Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), dalam sebuah penelitian (Agustina, 2021), perilaku konsumsi diartikan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk membeli suatu produk secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan akan produk tersebut. Menurut penelitian Tambunan (2001) (Wawo et al., 2023), perilaku konsumsi adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan sebagai pelengkap untuk mencapai kepuasan maksimal.

### Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian (Najwa, 2023) Keberadaan E-money memberikan mahasiswa kemudahan dalam bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Meskipun ini memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, namun juga dapat mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk mengontrol pengeluaran dan dorongan untuk bertransaksi secara berlebihan ketika menggunakan uang elektronik. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang tinggi, gemar menggunakan waktu dan melakukan aktivitas yang menghabiskan lebih banyak uang hanya untuk bersenang-senang, serta memiliki minat terhadap mengikuti trend masa kini, maka dapat dipastikan cenderung berperilaku konsumtif. Maka mahasiswa perlu mengatur gaya hidup yang baik, serta lebih

mengisi aktivitasnya untuk hal yang bermanfaat. Dalam penelitian (Sofyan, 2023) literasi keuangan syariah yang telah didapatkan dalam bangku perkuliahan seperti mata kuliah lembaga keuangan syariah serta pengalaman terkait bidang keuangan syariah dan asetnya berupa keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip islam. memiliki dampak yang cukup baik terhadap mahasiswa. Hal ini bisa menjadi pertimbangan bahwa dengan literasi keuangan syariah terdapat keinginan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel yang diteliti mengenai perilaku konsumsi melalui percobaan hipotesis. Populasi penelitian ini yaitu sampel dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi, dengan total populasi secara keseluruhan sebesar 3.642 orang. Metode yang dipakai untuk menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu *probability sampling*. Penelitian ini memakai teknik *Simple random sampling*. *Simple random sampling* yaitu suatu teknik dimana peneliti memutuskan untuk mengambil sampel secara acak dari suatu populasi yang tinggi tanpa mempertimbangkan generalisasi. Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan sampel pada penelitian ini dengan 97 responden terpilih menjadi sampel penelitian. pengumpulan data yang digunakan dalam bentuk kuesioner. Data Primer dikumpulkan langsung dari sumber pertama atau tempat pertama dilakukannya objek penelitian dengan berbagai mekanisme, seperti wawancara, observasi dan penyebaran kuisioner. Data sekunder penelitian ini diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber seperti buku, modul, laporan, jurnal, artikel dan lainnya. Jenis data yang diperoleh dari beberapa literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diteliti oleh peneliti, seperti Al-Quran, jurnal, dan buku.

## Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan software Smart-PLS untuk mengolah data. Partial Least Square (PLS) yang didefinisikan oleh Abdillah dan Jogiyanto (2015) dalam penelitian (Dewi, 2023) adalah metode statistik multivariat yang membandingkan beberapa konstruk independen dan dependen. Ketika masalah data tertentu muncul, PLS adalah teknik statistik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini terdapat sampel yang berjumlah 97 responden. Responden yang digunakan adalah mahasiswa angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Adapun karakteristik responden dijelaskan dalambagai jenis tabel sebagai berikut :

#### 1. Responden Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik jenis kelamin responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 1 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Agama**

Agama	Frekuensi	Persentase (%)
Islam	89	91,8%
Non Islam	8	8,2%

Jumlah	97	100%
--------	----	------

*Sumber data primer diolah, 2024*

Dari hasil tabel 1 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis berdasarkan agama paling banyak oleh agama Islam dengan persentase 91,8% dan Non Islam lebih sedikit yaitu 8,2% dari 97 responden.

## 2. Responden Berdasarkan Agama

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik berdasarkan agama dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 2 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Agama**

Agama	Frekuensi	Persentase (%)
Islam	89	91,8%
Non Islam	8	8,2%
Jumlah	97	100%

*Sumber data primer diolah, 2024*

Dari hasil tabel 2 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis berdasarkan agama didominasi oleh agama Islam yang berjumlah 89 responden dengan persentase 91,8% dan Non Islam lebih sedikit yaitu 8 responden 8,2% dari 97 responden.

## 3. Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan merupakan tingkatan seorang mahasiswa dalam menempuh jenjang perkuliahan. Berdasarkan angkatan, responden terdiri dari angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 3 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Angkatan**

Angkatan	Frekuensi	Persentase (%)
2020	29	29,9%
2021	22	22,7%
2022	29	29,9%
2023	17	17,5%
Jumlah	97	100%

*Sumber data primer diolah, 2024*

Dari hasil tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah responden dari angkatan 2020 berjumlah 29 orang dengan persentase 29,9%, angkatan 2021 berjumlah 22 orang dengan persentase 22,7%, angkatan 2022 berjumlah 29 orang dengan persentase 29,9%, angkatan 2023 berjumlah 17 orang dengan persentase 17,5% dari 97 responden.

## 4. Responden Berdasarkan Pengguna E-Payment

**Tabel 4 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Pengguna E-payment**

Pengguna E-payment	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	97	100%
Tidak	0	0%
Jumlah	97	100%

*Sumber data primer diolah, 2024*

Dari hasil tabel 4 memperlihatkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan pengguna E-payment berjumlah 97 dengan persentase 100% dan tidak menggunakan

*E-payment* lebih sedikit yaitu berjumlah 0 dengan persentase 0% dari 97 responden. Maka responden yang terbanyak adalah pengguna *E-payment*.

## 5. Responden Berdasarkan *E-Payment* Yang Digunakan

**Tabel 5 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan *E-payment* yang digunakan**

Pengguna <i>E-payment</i>	Frekuensi	Persentase (%)
M-Banking	39	40,2%
DANA	34	35,2%
ShopeePay	21	21,6%
OVO	1	1%
GoPay	1	1%
LinkAja	1	1%
Lainnya	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Dari hasil tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menggunakan *M-Banking* berjumlah 39 orang dengan persentase 40,2%, *DANA* berjumlah 34 orang dengan persentase 35,2%, *ShopeePay* berjumlah 24 orang dengan persentase 21,6%, *OVO* berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, *GoPay* berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, *LinkAja* berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, dan responden yang menggunakan *E-payment* lainnya berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, dari 97 responden. Oleh karena itu responden pengguna *E-payment* terbanyak ialah pengguna *M-Banking*.

## 6. Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan

**Tabel 6 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan uang saku perbulan**

Uang Saku Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
<Rp. 500.000,-	24	24,8%
Rp. 500.000,- - Rp. 1.000.000,-	49	50,5%
Rp. 1.000.001,- - Rp. 2.000.000,-	23	23,7%
>Rp. 2.000.000,-	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan uang saku perbulan kurang dari Rp. 500.000,- berjumlah 24 orang dengan persentase 24,8%, uang saku perbulan Rp. 500.000,- - Rp. 1.000.000,- berjumlah 49 orang dengan persentase 50,5%, uang saku perbulan Rp. 1.000.001,- - Rp. 2.000.000,- berjumlah 23 orang dengan persentase 23,7%, uang saku perbulan lebih dari Rp. 2.000.000,- berjumlah 1 orang dengan persentase 1% dari 97 responden. Maka uang saku perbulan responden terbanyak adalah Rp. 500.000,- - Rp. 1.000.000,-.

## 7. Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Sering Dibeli

**Tabel 7 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Sering Dibeli**

Barang	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Fashion</i>	25	25,8%
Makanan	52	53,6%

Minuman	0	0%
Lainnya	20	20,6%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah responden dari *Fashion* berjumlah 25 orang dengan persentase 25,8%, makanan berjumlah 52 orang dengan persentase 53,6%, minuman berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, dan jenis barang yang sering dibeli lainnya berjumlah 20 orang dengan persentase 20,6% dari 97 responden. Maka responden berdasarkan barang yang sering dibeli paling banyak adalah Makanan.

## 8. Responden Berdasarkan Pengeluaran Kebutuhan Terbesar

**Tabel 8 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Pengeluaran Kebutuhan Terbesar**

Kebutuhan	Frekuensi	Persentase (%)
Kuliah	41	42,3%
Kost	21	21,6%
Transportasi/Bensin	26	26,8%
Hiburan/Rekreasi	9	9,3%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

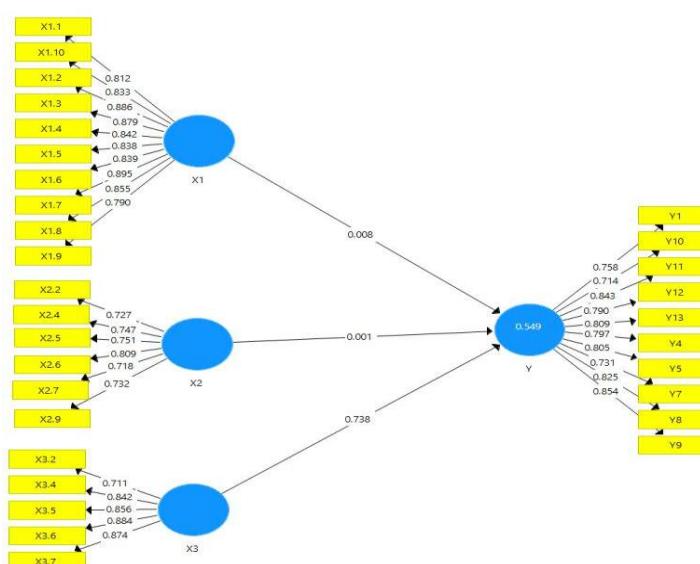
Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 8 menunjukkan bahwa jumlah responden dari kebutuhan kuliah berjumlah 41 orang dengan persentase 42,3%, kebutuhan kost berjumlah 21 orang dengan persentase 21,6%, kebutuhan transportasi/bensin berjumlah 26 orang dengan persentase 26,8%, dan kebutuhan hiburan/rekreasi berjumlah 9 orang dengan persentase 9,3% dari 97 responden. Maka responden berdasarkan pengeluaran kebutuhan terbesar paling banyak adalah kebutuhan kuliah.

## Outer Model

### 1. Uji Validitas

#### a. Convergent validity



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

**Gambar 1 OuterModel**

Nilai *loading factor* dinyatakan tinggi apabila memiliki korelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.

**Tabel 9 outer loading**

Variabel	Kode	Loading	Keterangan
E-Payment (X1)	X1.1	0,812	Valid
	X1.2	0,886	Valid
	X1.3	0,879	Valid
	X1.4	0,842	Valid
	X1.5	0,838	Valid
	X1.6	0,839	Valid
	X1.7	0,895	Valid
	X1.8	0,855	Valid
	X1.9	0,790	Valid
	X1.10	0,833	Valid
Literasi Keuangan Syariah (X2)	X2.2	0,727	Valid
	X2.4	0,747	Valid
	X2.5	0,751	Valid
	X2.6	0,809	Valid
	X2.7	0,718	Valid
Gaya Hidup (X3)	X2.9	0,732	Valid
	X3.2	0,711	Valid
	X3.4	0,842	Valid
	X3.5	0,856	Valid
	X3.6	0,884	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	X3.7	0,874	Valid
	Y1	0,758	Valid
	Y4	0,797	Valid
	Y5	0,805	Valid
	Y7	0,731	Valid
	Y8	0,825	Valid
	Y9	0,854	Valid
	Y10	0,714	Valid
	Y11	0,843	Valid
	Y12	0,790	Valid
	Y13	0,809	Valid

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa semua nilai *loading factor* pada setiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut memenuhi uji validitas.

#### **b. Discriminant Validity**

Dalam diskriminan validitas dapat dilakukan pengujian dengan cara melihat nilai *cross loading* dan konstuknya, yang mana nilai *cross loading* harus  $>0,70$ . Adapun hasil pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 10 Nilai Cross Loading**

	E-payment (X1)	Literasi Keuangan Syariah (X2)	Gaya Hidup (X3)	Perilaku Konsumtif (Y)
<b>X1.1</b>	0,812	0,601	0,266	0,136
<b>X1.2</b>	0,886	0,534	0,290	0,211
<b>X1.3</b>	0,879	0,558	0,240	0,154
<b>X1.4</b>	0,842	0,539	0,286	0,269
<b>X1.5</b>	0,838	0,471	0,256	0,159
<b>X1.6</b>	0,839	0,525	0,269	0,245
<b>X1.7</b>	0,895	0,536	0,298	0,169
<b>X1.8</b>	0,855	0,526	0,215	0,117
<b>X1.9</b>	0,790	0,522	0,240	0,193
<b>X1.10</b>	0,833	0,517	0,322	0,387
<b>X2.2</b>	0,402	0,727	0,248	0,242
<b>X2.4</b>	0,553	0,747	0,257	0,208
<b>X2.5</b>	0,378	0,751	0,374	0,203
<b>X2.6</b>	0,582	0,809	0,309	0,242
<b>X2.7</b>	0,409	0,718	0,111	0,094
<b>X2.9</b>	0,465	0,732	0,162	0,065
<b>X3.2</b>	0,419	0,364	0,711	0,544
<b>X3.4</b>	0,251	0,346	0,842	0,597
<b>X3.5</b>	0,165	0,251	0,856	0,597
<b>X3.6</b>	0,318	0,256	0,884	0,662
<b>X3.7</b>	0,222	0,297	0,874	0,682
<b>Y1</b>	0,192	0,205	0,652	0,758
<b>Y4</b>	0,237	0,076	0,634	0,797
<b>Y5</b>	0,204	0,223	0,676	0,805
<b>Y7</b>	0,210	0,210	0,624	0,731
<b>Y8</b>	0,145	0,198	0,561	0,825
<b>Y9</b>	0,139	0,182	0,522	0,854
<b>Y10</b>	0,200	0,248	0,476	0,714
<b>Y11</b>	0,177	0,198	0,563	0,843
<b>Y12</b>	0,187	0,280	0,497	0,790
<b>Y13</b>	0,256	0,342	0,591	0,809

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Hasil dari tabel 10 Menunjukkan bahwa nilai *cross loading* dibandingkan dengan konstruk lainnya ada korelasi yang kuat antara masing-masing indikator dan konstruknya, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator penelitian yang digunakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Setelah *discriminant validity* ada metode selanjutnya yaitu *Fornell-Larkcer Criterion*. Dalam *Fornell-Larkcer Criterion* hal yang dilakukan adalah membandingkan korelasi konstruk dengan korelasi model lainnya dan akar kuadrat dari AVE setiap masing-masing konstruk dengan koefisien korelasi harus lebih besar dari akar AVE. Adapun hasil pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 11** Nilai *Fornell-Larkcer Criterion*

	E-payment (X1)	Literasi Keuangan Syariah (X2)	Gaya Hidup (X3)	Perilaku Konsumtif (Y)
E-payment (X1)	0,847			
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,628	0,748		
Gaya Hidup (X3)	0,325	0,359	0,836	
Perilaku Konsumtif (Y)	0,248	0,270	0,741	0,974

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 11 Menunjukkan bahwa akar kuadrat dari AVE pada setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuisioner dapat dipercaya. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Composite Reliability*, *Cronbach Alpha* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut ghazali (2016) indikator dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Cronbach Alpha*  $\geq 0,70$  dan *Composite Reliability*  $\geq 0,70$  (Lestari et al., 2022). Dalam penelitian (Arifin et al., 2023) nilai AVE minimal yang digunakan adalah  $> 0,50$ .

**Tabel 12 Uji reliabilitas**

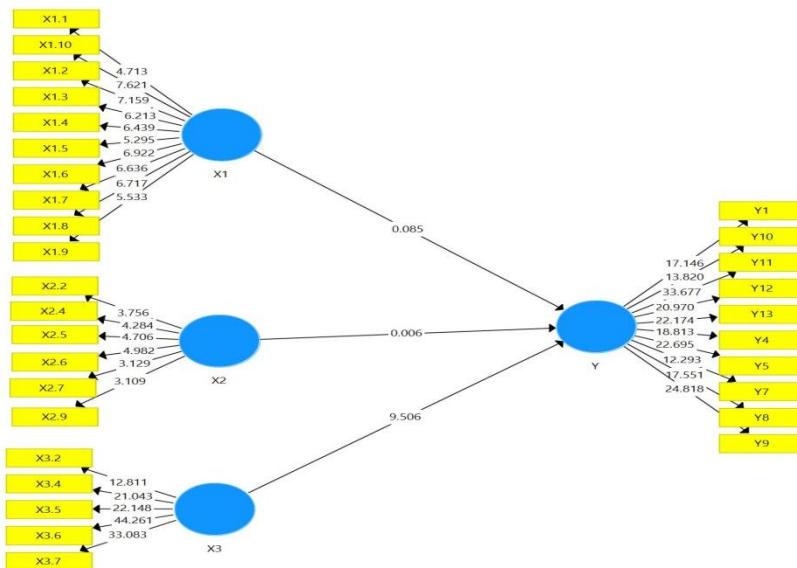
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
E-payment (X1)	0,957	0,962	0,718
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,850	0,884	0,559
Gaya Hidup (X3)	0,890	0,920	0,698
Perilaku konsumtif (Y)	0,934	0,944	0,630

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 12 Menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* mempunyai nilai diatas 0,70, *Composite Reliability*  $> 0,70$  dan nilai AVE  $> 0,50$ . Dapat disimpulkan bahwa konstruk (variabel penelitian) yang terdiri dari *E-payment*, literasi keuangan syariah, gaya hidup dan perilaku konsumtif termasuk kedalam kriteria reliabel atau mempunyai reliabilitas yang tinggi, sehingga memiliki ketepatan untuk dijadikan variabel dalam penelitian.

### 2. Inner Model (Model Struktural)

pengujian *Inner model*(model struktural) merupakan pengembangan model berbasis konsep dari teori untuk menganalisis hubungan variabel eksogen dan variabel endogen yang dijabarkan dalam kerangka konseptual (Arifin et al., 2023). Adapun tahap pengujian model struktural yang dilakukan yaitu sebagai berikut.



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

**Gambar 2 Inner Model (Model Struktural)**

Dalam model penelitian ini apabila semakin besar nilai *Path Coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

#### a. Nilai *R-Square*

Untuk melihat nilai model struktural pada PLS bisa dilihat pada *R-Square* untuk konstruk dependen yaitu sebagai berikut.

**Tabel 13 Nilai *R-Square***

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Perilaku Konsumtif (Y)	0,549	0,534

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 13 Menunjukkan bahwa nilai *R-Square* diperoleh sebesar 0,534 dipersentasekan sebesar 53,4%. Dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 53,4% dan 46,6% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

#### b. Nilai *F-Square (f<sup>2</sup>)*

Nilai *F-Square* digunakan untuk mengetahui besar pengaruh parsial masing-masing variabel. Adapun interpretasi mengenai nilai *F-Square* menurut Ghazali (2018) dalam penelitian (Arifin et al., 2023) adalah sebagai berikut.

- 1) Jika *F-Square* bernilai  $\geq 0,35$  maka dapat dikatakan bahwa variabel laten memiliki pengaruh kuat.
- 2) Jika *F-Square* bernilai  $0,15 \leq f \leq 0,35$  maka dapat dikatakan bahwa variabel laten memiliki pengaruh medium/sedang.
- 3) Jika *F-Square* bernilai  $0,02 \leq f \leq 0,15$  maka dapat dikatakan bahwa variabel laten memiliki pengaruh lemah.

**Tabel 14 Nilai *F-Square***

Perilaku Konsumtif (Y)		Keterangan
<i>E-payment</i> (X1)	0,000	lemah
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,000	lemah
Gaya Hidup (X3)	1,141	kuat

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 14 menunjukkan bahwa nilai  $f^2$  variabel *E-payment* memiliki nilai 0,000, artinya variabel *E-payment* memiliki pengaruh parsial yang lemah terhadap perlaku konsumtif. Nilai  $f^2$  variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai 0,000, artinya variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh parsial yang lemah dan nilai  $f^2$  variabel gaya hidup memiliki nilai 1,141, artinya variabel gaya hidup memiliki pengaruh parsial yang kuat.

### c. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dengan melihat nilai *path coefficient* atau *inner model*. Untuk melihat tingkat signifikansi keterdukungan hipotesis dapat melakukan perbandingan nilai *T-table* dan *t-statistic*. Apabila *T-statistic* lebih tinggi dibanding *T-table* maka hipotesis terdukung, dengan tingkat keyakinan 95% (alpha 5% atau 0,05) maka nilai t-tabel untuk hipotesis (*Two-tailed*) yaitu  $\geq 1,96$  (Margareta Panjaitan, 2023). Adapun hasil dari pengujian hipotesis sebagai berikut.

**Tabel 15 Path Coefficient**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statisticts	P Values
<i>E-payment</i> - > Perilaku Konsumtif	0,008	0,005	0,085	0,091	0,464
Literasi Keuangan Syariah - > Perilaku Konsumtif	0,001	0,026	0,098	0,006	0,497
Gaya Hidup - > Perilaku Konsumtif	0,738	0,739	0,080	9,240	0,000

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 15 Menunjukkan bahwa dalam pengujian ini dilakukan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian *bootstrapping* ini dimaksudkan untuk menimbulkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil dari pengujian *bootstrapping* dari PLS dapat dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Pengaruh *E-payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa koefisien jalur sebesar 0,008 dan nilai *T* statistik  $0,091 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (*P-value*) sebesar  $0,464 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-payment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka *H1* ditolak dan *H0* diterima karena *T* statistik lebih kecil dari 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-value* lebih besar dari 0,05.

## 2. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa koefisien jalur sebesar 0,001 dan nilai T statistik  $0,006 < 1,96$  dengan tingkat signifikan (*P-value*) sebesar  $0,497 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka H2 diterima dan H0 diterima. karena T statistik lebih kecil dari 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-value* lebih besar dari 0,05.

## 3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa koefisien jalur sebesar 0,738 dan nilai T statistik  $9,240 > 1,96$  dengan tingkat signifikan (*P-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka H3 diterima dan H0 ditolak karena T statistik lebih besar dari 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-value* lebih kecil dari 0,05.

### Pengujian Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali 2018 uji simultan digunakan untuk mengetahui bahwa variabel bebas ( $X_1, X_2$  dan  $X_3$ ) berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y) jika  $F$ -hitung  $>$   $F$ -tabel (Safitri & Ali, 2023). Adapun rumus untuk menghitung uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien Determinasi (*R-Square*)

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai  $F$ -hitung :

$$F = \frac{0,534/3}{(1-0,534)/(97-3-1)} = \frac{0,178}{0,466/93} = \frac{0,178}{0,005} = 35,6$$

Dengan  $F$ -tabel yaitu 2,70

Dari perhitungan diatas didapatkan nilai  $F$ -hitung  $35,6 > F$ -tabel 2,70 yang dapat disimpulkan bahwa *e-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup memiliki pengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif. Hasil dari pengujian simultan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

## Pengaruh *E-payment*, Literasi keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi

Dari hasil uji simultan (Uji F) yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan nilai  $F$ -hitung adalah  $35,6 > f$ -tabel yaitu 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Maka H4 diterima dan H0 ditolak. Selain itu nilai *R-Square* diperoleh sebesar 0,534 dipersentasekan sebesar 53,4%. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 53,4% dan 46,6% dijelaskan oleh model diluar variabel penelitian ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. *E-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi.

Dengan merujuk pada hasil dan kesimpulan dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran Untuk para mahasiswa agar selalu bisa dan mampu mengelola keuangannya dengan baik dan benar sesuai dengan syariat Islam dan tidak boros dan lebih memperhatikan literasi-literasi keuangan yang dapat menunjang pengelolaan keuangan dengan baik. Untuk para peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas variabel penelitian sehingga memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Jambi. Mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel bebas, yaitu variabel *e-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup, maka untuk mendapatkan gambaran hasil penelitian yang lebih luas sangat diperlukan menambahkan variabel atau indikator baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C. T. (2021). *Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)*.
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24-33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Dewi, R. S. (2023). *Pengaruh Faktor Kemudahan Keamanan Dan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik (E-Money) Pada Aplikasi OVO Dengan Variabel Moderasi Gender (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII)* [UII YOGYAKARTA]. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Fadhilah, T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Hasanah, N., Anggraini, T., Daim Harahap, R.. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan. *MES Management Journal*, 2(1), 1-13.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., & Sutikno, S. (2022). Peran E-Lifestyle, Budaya Digital, Dan E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi di E- Commerce. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(2), 173-186. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i2.1844>
- Maharani, H. (2020). Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam.

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 409–412.
- Margareta Panjaitan, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna E-Wallet Perguruan Tinggi Di Kota Jambi Tahun 2021). In *Repository.Unja.Ac.Id*.
- Meylina, P. Z. E. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kot Mataram*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Najwa, K. (2023). *PENGARUH E-MONEY DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN MAHASISWA DALAM EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa. Skripsi Unibversitas Jambi*
- Perwakilan BI Jambi. (2023). *PROVINSI JAMBI ii KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI JAMBI*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Pratiwi, M. S. M. dan V. (2022). Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(04), 496.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Ramadhan, R., Hadi, R., & Fajri, G. S. (2022). Pengaruh Drama Korea terhadap Etika dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14233–14242.
- 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. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Safitri, N., & Ali, S. (2023). Pengaruh Employee Involvement, Job Design, dan Flexible Work Arrangement Terhadap Motivasi. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2023), 107–121. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sofyan, I. Z. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766–772. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7991>
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>
- Wardani, R. M. (2021). *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Prespektif Ekonomi Islam* (Vol. 10).
- Wawo, A. B., Safaruddin, & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(02), 142–153.
- Wijaya, A. S., Nugroho, R. Y., & Abadi, M. (2023). Penggunaan Metode E-Payment Terhadap Kegiatan Jual Beli Pada Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnalku*, 3(2), 151–162. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i2.370>