

Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Santri (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Al-Huda, Jetis, Kutosari, Kebumen)

Ibnu Aqil Alwi¹, Muhamad faiz arrafi²
^{1,2}, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen
ibnuaqiel17@gmail.com, arrafifaiz657@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif santri Pondok Pesantren Al Huda Jetis, Kutosari, Kebumen. Objek penelitian ini yaitu santri ponpes Al Huda Jetis, Kutosari, Kebumen yang berumur 17 tahun dan santri yang menggunakan uang elektronik dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling dan memakai metode *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel literasi keuangan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif santri Al Huda. Nilai signifikansi variabel inklusi keuangan sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat dikatakan variabel inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif santri Pondok Pesantren Al Huda. Sedangkan variabel penggunaan uang elektronik memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif santri Al Huda.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Elektronik, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to identify the effect of financial literacy, financial inclusion, and the use of electronic money on the consumptive behavior of students of Al Huda Jetis Islamic Boarding School, Kutosari, Kebumen. The object of this research is students of Al Huda Jetis Islamic Boarding School, Kutosari, Kebumen who are 17 years old and students who use electronic money with primary data obtained from distributing questionnaires. The sampling technique uses non-probability sampling techniques and uses convenience sampling methods. The results showed that the value of the financial literacy variable was $0.000 < 0.05$, meaning that this variable had a significant effect on the consumptive behavior variable of Al Huda students. The significance value of the financial inclusion variable is $0.000 < 0.05$ so it can be said that the financial inclusion variable has a significant effect on the consumptive behavior variable of Al Huda Islamic Boarding School students. While the variable use of electronic money has a significance value of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that the variable use of electronic money has a significant effect on the consumptive behavior variable of Al Huda students.

Keywords: Financial Literacy, Financial Inclusion, Electronic Money, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam dunia teknologi, informasi, komunikasi, serta tingkat literasi telah mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif¹. Selain itu, kemajuan dalam teknologi komunikasi, elektronik, dan keuangan memudahkan masyarakat mengakses informasi tentang barang atau jasa yang diinginkan, sehingga dapat membuat perilaku konsumen lebih mudah dipengaruhi. Jika tidak diimbangi dengan pengetahuan keuangan yang baik, fenomena ini akan menjadi probematika yang sangat besar². Dewasa ini, penggunaan uang elektronik dianggap dapat memperlancar kegiatan ekonomi karena penggunaan uang elektronik mempermudah orang untuk melakukan transaksi sehingga mempermudah konsumen dalam memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan³

Pengetahuan tentang literasi keuangan sangat penting apalagi bagi generasi muda yang dikenal cenderung berperilaku konsumtif dan tidak dapat mengatur keuangan dengan baik. Sebagai negara berkembang, secara umum masyarakat Indonesia memiliki kehidupan yang cenderung konsumtif sehingga mengakibatkan manajemen keuangan yang kurang bertanggung jawab dan masih rendahnya kebiasaan-kebiasaan positif seperti, menabung, investasi, dan menyediakan dana darurat⁴. Pengetahuan literasi keuangan yang baik akan berdampak kepada sikap konsumen dalam membeli sesuatu barang atau jasa sehingga membentuk transaksi yang bermanfaat, efektif dan

¹ Luluk Atul Mardiyah, "Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang," 2022, 16–17.

² Hermin Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–26, <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>.

³ Rida Nur Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)," *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2020)*.

⁴ Erna Delina Siboro and Rochmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 5, no. 1 (2021): 37–50, <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3332>.

efisien. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengelolaan keuangan yang baik tentunya membutuhkan pengetahuan atau literasi keuangan yang baik pula.

Inklusi keuangan sangat erat kaitannya dengan inklusi keuangan. Meskipun literasi keuangan dan inklusi keuangan tidak dapat dipisahkan, tetapi pada kenyataannya tingkat inklusi keuangan yang tinggi tidak selamanya diikuti dengan tingkat literasi keuangan⁵. Inklusi keuangan merupakan keahlian seseorang dalam mengakses dan menggunakan produk dan pelayanan jasa keuangan dalam memenuhi kebutuhan seseorang, sehingga perekonomian dapat meningkat melalui pemerataan akses terhadap produk dan layanan keuangan. Sementara itu inklusi keuangan juga dimaksudkan untuk memperluas akses layanan jasa keuangan terhadap masyarakat secara luas dan menyeluruh dengan tujuan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan dengan cara memenuhi kebutuhan hanya yang sesuai dengan kebutuhan⁶.

Tabel 1. 1 Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%
Inklusi	76,19%	85,10%
Gap	38,16%	35,42%

Sumber: Data diolah SNLIK

Sementara itu dalam perkembangan arus informasi OJK telah melakukan survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang menunjukkan bahwa hasil survei menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode

⁵ Eka Darsa Viana, Firdha Febrianti, and Farida Ratna Dewi, "Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek," *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 12, no. 3 (2022): 252–64, <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>.

⁶ Tunggal Purnama Putri, "Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 6, no. 3 (2018): 323–30.

SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun, dari 38,16 persen di tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022 ⁷.

Sampai saat ini hampir semua kegiatan ekonomi telah menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Mulai dengan belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, dan sebagainya, supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Menurut Bank Indonesia (BI), transaksi digital banking mencapai Rp 58.478,24 triliun pada tahun 2023, tumbuh 13,48 persen (yoy). Pada tahun 2024, nilainya diproyeksikan meningkat 9,11 persen (yoy) hingga mencapai Rp63.803,77 triliun. Dalam konferensi pers baru-baru ini, Gubernur BI Perry Warjiyo mengatakan hal itu. Namun, nilai transaksi uang elektronik (UE) meningkat 43,45 persen (yoy) menjadi Rp835,84 triliun, dan diproyeksikan meningkat 25,77 persen (yoy) hingga mencapai Rp1.051,24 triliun pada tahun 2024⁸.

Bank Indonesia mendefinisikan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, dan nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan atau transfer dana ⁹. Berlakunya kebijakan dari Bank Indonesia berupa Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2018, menjadikan banyak *issuer* yang mengembangkan produk *electronic money (E-Money)* dalam rangka mendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Indonesia ¹⁰.

⁷ Otoritas Jasa Keuangan, "Hasil Survei Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022," <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>, 2022.

⁸ Bank Indonesia, "https://www.bi.go.id/Id/Statistik/Ekonomi-Keuangan/Spip/Documents/TABEL_5g.Pdf," Bank Indonesia, 2024, https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_5g.pdf.

⁹ Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik," 2018.

¹⁰ Didin Elok Prastiti, Imam Mukhlis, and Haryono Agung, "Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang," *JESP* 7, no. 1 (2015): 75–82.

Kemudahan dalam menggunakan uang elektronik dapat menyebabkan dampak negatif. Semakin mudah dan cepat sebuah transaksi dilakukan, maka pengguna bisa menjadi semakin boros karena menganggap lebih gampang dalam mengeluarkan uang¹¹. Dengan menggunakan uang elektronik, pengeluaran menjadi tidak terasa dan seseorang menjadi kurang hati-hati dan cenderung melakukan konsumsi berlebihan, terutama pada anak muda seperti santri, yang sudah menggunakan uang elektronik untuk transaksi sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan oleh Rida Nur Afiah (2020) menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,5%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas¹².

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan¹³. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kebiasaan subjek dalam hal ini para pekerja PT Pertamina Balikpapan lebih sering mengonsumsi barang untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan. Selain itu, para pekerja kerap menggunakan barang bermerek seperti baju, tas, sepatu, jam tangan, dan *gadget* saat berada di lingkungan kerja. Adanya kemudahan dalam menggunakan *e-money* dikalangan para pekerja juga mempengaruhi perilaku dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam hal pembayaran membuat para pekerja lebih mudah membelanjakan uangnya. Pola hidup

¹¹ Miswanto Miswanto, Putri Arneta Sidik, and Mohamad Faiz Arrafi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 28, no. 2 (2022): 136–51, <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i2.9274>.

¹² Afiah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)."

¹³ Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan."

konsumtif ini diawatirkan akan terus terjadi jika para pekerja tidak mampu mengelola keuangan.

Penelitian yang dilakukan Viana dkk (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan rata-rata inklusi keuangan generasi Z di Jabodetabek termasuk kategori *well literate*, artinya literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Sementara itu inklusi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi, hal tersebut berarti peningkatan literasi keuangan generasi Z di Jabodetabek tidak diikuti dengan peningkatan minat investasi. Sementara itu, inklusi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Jabodetabek. Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi menunjukkan bahwa jika masyarakat yang termasuk ke dalam kelompok generasi Z memiliki akses yang luas terhadap produk dan jasa keuangan yang akan meningkatkan minat untuk berinvestasi¹⁴.

Kebaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya¹⁵ yaitu peneliti menambahkan variabel literasi keuangan dan inklusi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif santri sebagai variabel dependen. Alasannya Inklusi keuangan dijadikan variabel tambahan karena inklusi merupakan suatu program perluasan akses layanan keuangan. Dimana ada hubungan antara inklusi keuangan dengan perilaku konsumtif karena adanya jaminan kemudahan akses, ketersediaan dan kemanfaatan dari sistem keuangan formal untuk semua anggota entitas ekonomi. Pondok pesantren Al Huda jetis kutosari berada di wilayah kota Kebumen. Wilayah perkotaan dinilai lebih maju terutama dalam aspek pendidikan dan perekonomian, yang mana daerah perkotaan memiliki indeks literasi dan inklusi keuangan yang lebih tinggi ¹⁶. Selain itu Santri Ponpes Al Huda juga menggunakan uang elektronik sebagai transaksi pembayaran sehari-hari. Hal ini menjadi alasan bagi penulis memilih Selain itu objek penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian terahulu.

¹⁴ Viana, Febrianti, and Dewi, "Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek."

¹⁵ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)."

¹⁶ Viana, Febrianti, and Dewi, "Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek."

KAJIAN LITERATUR

1. *Consumer Behavior*

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang ditampilkan konsumen dalam mencari untuk mendapatkan, menggunakan, menilai, dan menolak produk, layanan, dan ide¹⁷. Perilaku konsumen merujuk pada proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, jasa, ide, atau pengalaman yang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka atau studi tentang bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian dan bagaimana mereka berinteraksi dengan pasar¹⁸.

Teori perilaku konsumtif adalah studi dimana individu, kelompok dan organisasi memilih untuk membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka¹⁹. Perilaku konsumtif juga menunjukkan bagaimana pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Jika seseorang memiliki kecenderungan untuk membeli terlalu banyak barang atau secara tidak terencana, itu disebut perilaku konsumtif. Akibatnya, mereka membelanjakan uang mereka dengan cara yang tidak rasional atau tanpa pertimbangan sebelumnya untuk membeli barang-barang yang mereka anggap mewakili keistimewaan.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku dimana seseorang membeli dan menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku ini ditandai dengan menjalani kehidupan yang berlebihan dengan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Ada dua faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu pertama faktor internal yang melibatkan faktor psikologis dan faktor pribadi. Faktor psikologis yang mendorong orang untuk berperilaku konsumtif adalah motivasi,

¹⁷ Priyabrata Roy, "Theory and Models of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study," *SSRN Electronic Journal*, no. August (2022), <https://doi.org/10.2139/ssrn.4205489>.

¹⁸ Aditya Wardhana, "Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan," no. March (2024), http://widhadyah.lecture.ub.ac.id/files/2012/03/PE3_TEORI-PERILAKU-KONSUMEN.pdf.

¹⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. (Jakarta: ERLANGGA, 2009).

persepsi, dan kepercayaan. Seseorang yang memiliki motivasi tinggi untuk membeli produk atau barang cenderung melupakan faktor rasional. Motivasi ini sangat berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh orang, jika persepsi terhadap produk tinggi maka motivasi untuk memiliki juga tinggi. Faktor pribadi yang dipengaruhi oleh usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan jenis kelamin. Usia remaja memiliki perilaku yang lebih besar dari pada orang dewasa yang mudah terbujuk iklan. Pekerjaan dan keadaan ekonomi memberikan kontribusi yang besar dalam melahirkan perilaku konsumtif. Jika pekerjaannya mapan dan keadaan ekonominya baik maka kecenderungan untuk membelanjakan uangnya akan lebih besar dibandingkan dengan yang berekonomi sulit, tentu akan mendahulukan sisi rasional dari pada emosional ²⁰.

Adapun indikator-indikator dari perilaku konsumtif yaitu²¹:

- a. Membeli produk karena trend.
- b. Membeli produk karena kemasan yang menarik.
- c. Membeli produk atas diskon atau iming-imingan hadiah.
- d. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial.
- e. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk tersebut.

2. Pengertian literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang dimiliki dan bermanfaat bagi kebutuhan pengaturan keuangan pribadi ²². Literasi keuangan ialah kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan yang dimiliki secara efektif, karena seseorang perlu memiliki keputusan keuangan dalam mengelola keuangan untuk dipakai jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang ²³. Sehingga dapat diartikan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan yang baik dapat

²⁰ Arbanur Rasyid, "Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2019): 172–86, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudencia/article/view/2128>.

²¹ Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan."

²² Siboro and Rochmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya."

²³ Farah Margaretha and Reza Arif Pambudhi, "TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI," *JMK* 17, no. 1 (2015): 76–85, <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>.

menunjang dalam menentukan pengeluaran sehingga perilaku konsumtif (*consumer behavior*) dapat dihindari²⁴.

Social cognitive theory mengakui bahwa faktor-faktor seperti pengalaman belajar, keyakinan diri, persepsi kontrol, dan pengaruh sosial dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen²⁵. Literasi yang tinggi akan mendorong semakin tingginya nilai-nilai yang dianut sehingga pola respon perilaku (gaya hidup) akan semakin baik, dan berpengaruh terhadap *financial management behavior* yang baik pula. Idealnya, ketika seseorang memiliki dan memahami pengetahuan mengenai konsep keuangan dengan baik, maka akan terbentuk suatu gaya hidup yang baik seperti hemat, dan sederhana. Akhirnya akan berdampak terhadap terbentuknya perilaku manajemen keuangan yang terampil, bertanggung jawab, bijak dalam mengambil setiap keputusan keuangan, serta mampu terhindar dari masalah financial²⁶

Literasi keuangan dapat diukur menggunakan 4 (empat) indikator, yaitu²⁷ :

- a. Pengetahuan dasar keuangan
- b. Tabungan dan pinjaman
- c. Asuransi
- d. Investasi

3. Inklusi keuangan

Pada umumnya Inklusi keuangan perlu dikembangkan kepada setiap generasi begitu juga pada kalangan santri dan generasi muda lainnya sebab dengan mudahnya akses yang diberikan dapat membantu mereka dalam mengakses produk-produk keuangan.

²⁴ Sugeng Riyanto, Asah Wiari, and Siti Nur Chasnah, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Desa Panggungruyom Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pti," *Buletin BBSnis & Manajemen* 10, no. 01 (2024): 32–42.

²⁵ Wardhana, "Menejemen Pemasaran Berbasis Pelanggan."

²⁶ Mawalia 'Ulumudiniati and Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, Love of Money Terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle Sebagai Mediasi," *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 51–67, <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p51-67>.

²⁷ Harpa Sugiharti and Kholida Atiyatul Maula, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa," *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019): 804–18, <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>.

Menurut OJK²⁸ inklusi Keuangan adalah ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Inklusi keuangan adalah suatu kondisi yang mana setiap orang mendapatkan akses terhadap layanan keuangan yang berkualitas, tersedia dengan harga terjangkau, dengan cara nyaman dan memuaskan.

Hubungan antara inklusi keuangan dan literasi keuangan dengan perilaku konsumen didasari oleh teori perilaku keuangan (*financial behavior*) di mana teori tersebut menyatakan bahwa bagaimana orang sebenarnya berperilaku dalam membuat keputusan keuangan²⁹. Ketersediaan akses informasi melalui internet dan teknologi lainnya telah mengubah cara konsumen mencari, membandingkan, dan mengumpulkan informasi tentang produk atau jasa. Ketersediaan informasi yang melimpah dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan preferensi konsumen³⁰. Keputusan pembelian tentu saja akan mempengaruhi perilaku konsumtif karena menurut³¹ perilaku konsumen (*financial behavior*) adalah hasil dari preferensi, pandangan, tujuan, dan keputusan pengguna dalam merespon pasar ketika membeli suatu produk.

Menurut SNLK (2019) indikator dalam inklusi keuangan diantaranya³² :

- a. Akses (*access*)
- b. Ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan (*availability*)
- c. Penggunaan (*usage*)
- d. Kualitas (*quality*).

4. Uang elektronik

²⁸ Otoritas Jasa Keuangan, "Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Seojk.07/2017 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan," *Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*, 2017, 9–25.

²⁹ Dwi Novia Ayu Wulandari and R.A Sista Paramita, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Coffee Shop) Di Kabupaten Kabupaten Jember," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. September (2023): 199–210.

³⁰ Wardhana, "Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan."

³¹ Roy, "Theory and Models of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study."

³² Brayen Paendong and Maria Rita, "Dampak Perilaku Konsumtif Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Sandwich: Peran Moderasi Literasi Keuangan," *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 20, no. 1 (2024): 77–91.

Electronic money atau uang elektronik merupakan salah satu perkembangan *financial technology* yang sedang trend saat ini yang menawarkan manfaat, kemudahan dan keefektifan dalam transaksi pembayaran³³. Setiap produk-produk uang elektronik yang diterbitkan mempunyai merchant-merchant tersendiri tergantung kerjasama yang telah dilakukan oleh penerbit uang elektronik tersebut dengan pihak ketiga baik dalam bentuk kartu maupun ponsel. Sebagai contoh: *e-Tollpass* merupakan kartu yang digunakan sebagai alat pembayaran untuk masuk jalan tol secara non tunai, kemudian Flazz, TapCash dan Brizzi merupakan kartu yang digunakan untuk belanja non tunai pada merchant tertentu³⁴.

Penggunaan uang elektronik juga dapat diartikan dengan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik yaitu³⁵:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip; dan
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Seperti yang telah tertera dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loop* dan *open loop*.

- a. *Closed loop*, yaitu uang Elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

³³ Mardiyah, "Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang."

³⁴ Decky Hendarsyah, "Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (2016): 1–15, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>.

³⁵ Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik."

- b. *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut

Oleh karena itu, sebagaimana yang dimaksud dari pernyataan di atas, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna ³⁶

1. Media penyimpanan nilai uang elektronik yang berupa:
 - a. *Server based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa server yang dimana nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Seperti T-Cash, Rekening Ponsel, Gopay, OVO, Dana, Shopeepay dan sebagainya.
 - b. *Chip based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa chip yang dimana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. Hal ini mendukung kemungkinan transaksi dilakukan secara offline dan uang elektronik berbasis kartu seperti halnya TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, Mandiei e-Money Bank Mandiri, JakCard Bank DKI, dan sebagainya.
2. Pencatatan data identitas pengguna uang elektronik yang berupa:
 - a. *Unregistered*, yakni uang elektronik yang data identitas penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit. Dalam hal ini, batas maksimum nilai Uang Elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis unregistered adalah Rp1.000.000,00 (satu juta Rupiah).
 - b. *Registered*, yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya terdaftar dan tercatat pada penerbit. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik Registered. Adapun batas maksimum nilai uang elektronik

³⁶ Bank Indonesia.

yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis registered adalah Rp5.000.000,00 (lima juta Rupiah)

Dengan demikian, uang elektronik merupakan salah satu inovasi alat pembayaran yang muncul karena hasil dari kemajuan teknologi yang semakin pesat dengan menggunakan sarana elektronik tertentu yang dimiliki konsumen, diizinkan, dan diatur oleh Peraturan Bank Indonesia.

Penggunaan uang elektronik apabila mengacu kepada definisi uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, uang elektronik merupakan salah satu bentuk aplikasi sistem yang dimana memuat sebuah teknologi di dalamnya. Oleh karena itu, penggunaan uang elektronik adalah kondisi nyata dari penggunaan layanan uang elektronik oleh masyarakat³⁷. Dengan demikian santri juga akan lebih mudah membelanjakan uangnya.

Menurut³⁸ teknologi, digitalisasi, dan inovasi seperti perangkat elektronik, aplikasi mobile, *platform e-commerce*, pengalaman belanja online, pemasaran digital, kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), atau blockchain, dapat mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan jasa. Perubahan perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam berinteraksi dengan produk dan jasa keuangan sangat dekat kaitannya dengan *Theory of Electronic Commerce Consumer Behavior*. Teori ini mengkaji perilaku konsumen dalam konteks perdagangan menggunakan perangkat elektronik atau *e-commerce* karena timbulnya rasa kepercayaan, kenyamanan, pengalaman pengguna, dan faktor-faktor lingkungan sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja secara online. Dengan demikian, untuk mengetahui sikap

³⁷ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)."

³⁸ Wardhana, "Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan."

penerimaan pengguna terhadap hadirnya teknologi perlu adanya analisis yang digunakan.³⁹

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi TAM⁴⁰. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. TAM menurut⁴¹ mengasumsikan bahwa pengguna akan menggunakan sistem informasi yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*). *Ease of Use Perceived* adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan Sumber: daya⁴².
2. Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*). *Usefulness Perceived* adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. *Perceived Usefulness* dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.⁴³

Keempat indikator kemudahan penggunaan menurut Davis tersebut apabila ditarik korelasinya dengan penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan sebagai berikut⁴⁴

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

³⁹ Wardhana.

⁴⁰ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.

⁴¹ Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan," *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 9, no. 1 (2015): 1–13, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.

⁴² Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.

⁴³ Wicaksono.

⁴⁴ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)."

Pemahaman uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Dengan demikian uang elektronik sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya.

2. Dapat dikontrol (*controllable*)

Penggunaan uang elektronik mengandung nilai praktis hanya dengan dua syarat, yakni adanya saldo dalam uang elektronik dan mesin untuk bertransaksi. Dengan demikian, uang elektronik dapat membantu mempercepat pekerjaannya dan transaksi yang dilakukan.

3. Fleksibel (*flexible*)

Uang elektronik dapat digunakan pada merchant yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, fast food, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Selain itu pengisian uang elektronik dapat dilakukan diberbagai tempat seperti bank, mobile banking, e wallet dll. Sehingga penggunaan uang elektronik dapat dilakukan dimana dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunanya.

4. Mudah digunakan (*easy to use*).

Uang elektronik merupakan salah satu alat pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan uang elektronik, maka pengguna hanya harus memastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun mudah hanya dengan menempelkan (tap) kartu ke mesin *Electronic Data Capture* (EDC) bagi uang elektronik berbasis chip dan mengatur layanan sesuai yang diinginkan bagi uang elektronik berbasis server.

5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Secara hakikat manusia tidak akan pernah terlepas dalam mengkonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Tetapi fakta mengungkapkan bahwa terdapat suatu perbedaan antara kebutuhan dan

keinginan, dimana kebutuhan itu bersifat naluriah ⁴⁵. Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya ⁴⁶. Islam memandang jelas perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga keduanya akan berdampak pada pola konsumsi yang dilakukan oleh manusia sesuai dengan syariat. Tidak berlebih-lebihan (*israf*) dan tidak melakukan pemborosan (*tabdzir*) serta mengkonsumsi barang barang yang halal merupakan salah satu ciri utama dari konsumsi dalam persepektif ekonomi islam ⁴⁷. Keduanya diterangkan dalam Al-Quran surat Al-Isra': 26-27

وَوَاعِدَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Perilaku konsumtif adalah tindakan sebagai konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi ⁴⁸. Sesuai dengan semangat *al-maqashid asyasyari'ah*, perilaku konsumsi harus dapat memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dharuriyat*), sekunder (*hajjiyat*), dan tersier (*tahsiniyat*), sehingga dalam memenuhi kebutuhan konsumen, lebih

⁴⁵ Siti Laelatul Marwiyah, M H Ainulyaqin, and Sarwo Edy, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam” 9, no. 03 (2023): 4279–94.

⁴⁶ Rasyid, “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam.”

⁴⁷ Dewi Ghitsatul Hisan and Siti Haniatunnisa, “Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam,” *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 13–30, <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>.

⁴⁸ Rasyid, “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam.”

mengutamakan aspek kebutuhan dari pada aspek konsumsi⁴⁹. Pemenuhan konsumsi primer dimaksudkan untuk mewujudkan kelangsungan hidup meliputi makanan, tempat tinggal, agama, pakaian dan pernikahan. Pemenuhan konsumsi sekunder untuk mempertahankan prinsip-prinsip dasar kehidupan, mencakup barang dan jasa yang masih dihitung sebagai kebutuhan dasar meskipun tidak dalam hal jenis, jumlah dan kualitas yang sangat dibutuhkan seperti pada kebutuhan primer. Pemenuhan konsumsi tersier dimaksudkan untuk mewujudkan kehidupan lebih nyaman dan menyenangkan, termasuk di dalamnya adalah barang mewah. Seluruh tingkat kebutuhan tersebut harus diwujudkan oleh konsumen muslim dengan memperhatikan prinsip pertengahan⁵⁰.

Ada lima prinsip dalam melakukan kegiatan konsumsi sebagai berikut⁵¹ :

- a. Prinsip Keadilan Syariat ini mengandung konotasi dua sisi yang signifikan dalam hal mencari makanan dengan cara yang halal dan tidak dilarang hukum. Adapun makanan dan minuman yang haram adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, dan daging binatang yang bila disembelih disebut nama selain Allah.
- b. Prinsip Kebersihan Syariat kedua ini tercantum dalam kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah sehubungan dengan makanan. Itu harus enak atau cocok untuk dimakan, tidak kotor atau menjijikkan. Dengan cara ini, tidak semua yang diperbolehkan bisa dimakan dan dinikmati dalam semua kondisi. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat
- c. Prinsip Kesederhanaan Prinsip ini mengatur perilaku manusia sehubungan dengan makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebihan.

⁴⁹ Selvi Afriliyani, "PERILAKU KONSUMSI PERSPEKTIF AL-GHAZALI," *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO UINFAS BENGKULU* (2022), <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>.

⁵⁰ Eddy Rohayedi and Maulina Maulina, "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam," *Transformatif* 4, no. 1 (2020): 31–48, <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>.

⁵¹ Afriliyani, "PERILAKU KONSUMSI PERSPEKTIF AL-GHAZALI."

- d. Prinsip Kemurahan Hati Dengan mematuhi perintah Islam tidak ada bahaya atau dosa ketika kita makan dan minum makanan halal yang diberikan oleh Allah swt karena kemurahan-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik, dengan tujuan untuk memenuhi perintah Allah swt dengan keimanan yang kuat dalam tuntutan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.
- e. Prinsip Moralitas Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan yang terakhirnya, yakni untuk meningkatkan atau memajukan kualitas nilai-nilai moral dan spiritual.

Dengan lima prinsip konsumsi (keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas) sebagaimana yang telah dibahas di atas, maka seorang konsumen Muslim akandapat mengendalikan perilaku ekonominya agar tetap sesuai dengan norma dan nilai-nilai Islam untuk mencapai hakikat dari tujuan konsumsi dalam Islam, yaitu kebahagiaan dunia akhirat ⁵²

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif.

Literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada trade off yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Menurut ⁵³ literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan, produk dan jasa keuangan sehingga dapat memahami konsep keuangan, produk dan jasa keuangan. Seseorang perlu memiliki pengetahuan dan wawasan tentang keuangan sehingga dapat mengerti permasalahan ekonomi dalam mengelola keuangan.

⁵² Hisan and Haniatunnisa, "Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam."

⁵³ Bunga Safira, "Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna SPayLater DKI Jakarta," *Jurnal Administrasi Profesional* 3, no. 2 (2022): 25–35, <https://doi.org/10.32722/jap.v3i2.5133>.

Penelitian yang dilakukan oleh ⁵⁴ secara parsial literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif berbanding terbalik. Artinya, jika variabel literasi keuangan ditingkatkan maka berpengaruh terhadap penurunan perilaku konsumtif. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ⁵⁵ yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pekerja produksi PT Pertamina RU V Balikpapan.

H₁ : literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif santri

2. Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif.

Strategi Nasional Keuangan Inklusif Bank Indonesia (2014), mendefinisikan inklusi keuangan sebagai hak setiap orang untuk memiliki akses dan layanan penuh dari lembaga keuangan secara tepat waktu, nyaman, informatif, dan terjangkau biayanya, dengan penghormatan penuh kepada harkat dan martabatnya ⁵⁶. Hal lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu inklusi keuangan karena adanya jaminan kemudahan yang diberikan oleh layanan dari lembaga keuangan. Hal tersebut seperti yang dikemukakan ⁵⁷ bahwa keuangan inklusi sebagai sebuah proses yang menjamin kemudahan akses, ketersediaan dan kemanfaatan dari sistem keuangan formal untuk semua anggota entitas ekonomi. Semakin mudah, semakin cepat sebuah transaksi dilakukan, maka pengguna bisa menjadi semakin boros karena menganggap lebih gampang

⁵⁴ Diah Indiani and Lasmanah, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Money OVO Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi," *Bandung Conference Series: Business and Management* 2, no. 2 (2022): 1355–59, <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4570>.

⁵⁵ Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan."

⁵⁶ Chandra Satria and Khoirunnisa Khoirunnisa, "Systematic Literature Review (Slr): Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm," *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2024): 207–20, <https://doi.org/10.36908/esha.v9i2.1046>.

⁵⁷ Hery Nurhayati and Idang Nurodin, "Pengaruh Keuangan Inklusi Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Di Kabupaten Sukabumi," *Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)* 1, no. September (2019): 167–75, <https://semnastera.polteksmi.ac.id/index.php/semnastera/article/view/28>.

dalam mengeluarkan uang ⁵⁸. Ada tiga dimensi yang dapat digunakan untuk mewakili multidimensi dari keuangan inklusi yaitu aksesibilitas (accessibility), ketersediaan (availability) dan kemanfaatan (usage) dari layanan perbankan ⁵⁹. Menurut hasil penelitian dari ⁶⁰ Inklusi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa.

H₂ : Inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif santri

3. Persepsi Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Uang elektronik (*e-money*) adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut ⁶¹. Penggunaan uang elektronik atau *e-money* dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif ⁶².

Penelitian yang dilakukan oleh ⁶³ menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

⁵⁸ Miswanto, Sidik, and Arrafi, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

⁵⁹ Sarma Mandira, "Index of Financial Inclusion – A Measure of Financial Sector Inclusiveness," *Zhonghua Jie He He Hu Xi Za Zhi = Zhonghua Jiehe He Huxi Zazhi = Chinese Journal of Tuberculosis and Respiratory Diseases* 24, no. 8 (2012): 472–76.

⁶⁰ Putri, "Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya."

⁶¹ Diana Puspita Sari, Studi Kasus Mahasiswa UIN STS Jambi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan, and Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuk Nurlia Fufita," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah (JUPEKES)* 2, no. 1 (2024): 64–79.

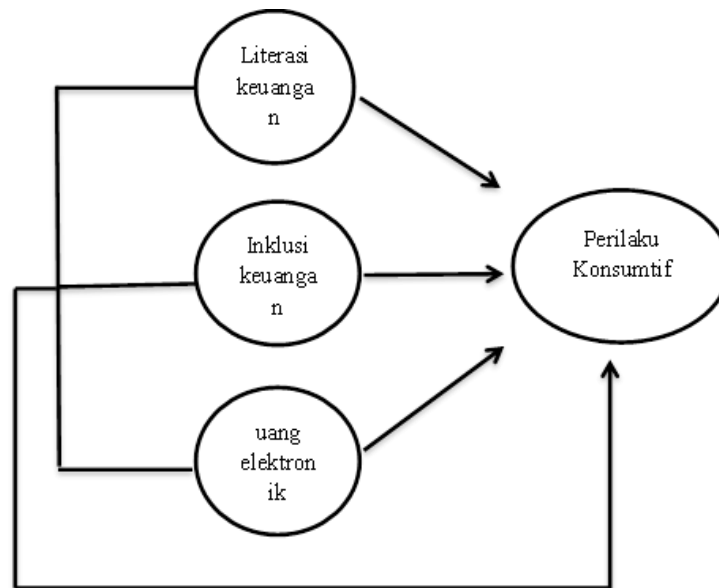
⁶² Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan."

⁶³ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)."

Begitu juga penelitian ⁶⁴ bahwa penggunaan Kartu Debit dan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi.

H₃ : Penggunaan uang elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif santri

Berdasarkan hipotesis tersebut model penelitian ini digambarkan dengan kerangka berikut:



METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian menggunakan data kuantitatif, yakni data yang berupa angka atau data yang dapat dikonversi menjadi angka. Penelitian ini memakai uji analisis regresi berganda. Penelitian dilakukan pada santri pondok pesantren Al Huda Jetis Kutosari, Kebumen dan pengguna uang elektronik. Populasi penelitian ini adalah santri yang pernah atau sedang menggunakan uang elektronik. Sampel data yang diambil sebanyak 153 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *teknik non-probability sampling* dan memakai metode *convenience sampling*. Penelitian memakai

⁶⁴ Ainun Yaumul Achir and T M Kusumaningrum, "Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, Dan E-Wallet Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa," *Jurnal Manajemen* 13, no. 3 (2021): 554–68, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/8503>.

data primer lewat kuesioner. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif santri. Variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik. Pada penelitian ini, seluruh instrumen diukur dengan menggunakan skal Likert. Skala Ada 5 pilihan jawaban pada setiap pertanyaan. Sangat setuju diberi nilai 5. Setuju diberi nilai 4. Kurang Setuju diberi nilai 3. Tidak setuju diberi nilai 2. Terakhir, sangat tidak setuju diberi nilai 1.

Berikut definisi operasional variabel X (literasi keuangan, inklusi keuangan, penggunaan uang elektronik)

Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Literasi keuangan	pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan yang baik	a. Pengetahuan dasar keuangan b. Tabungan dan pinjaman c. Asuransi d. Investasi	Likert
Inklusi keuangan	ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk dan layanan jasa	a. Akses b. Ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan. c. Penggunaan. d. Kualitas	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Uang elektronik	kepercayaan, kenyamanan, pengalaman penggunaan.	a. Mudah dipelajari (easy to learn) b. Dapat dikontrol (controllable) c. Fleksibel (flexible) d. Mudah digunakan (easy to use)	Likert

Sumber: data diolah spss 2024

Berikut ini definisi Operasional Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Perilaku Konsumtif	Perilaku berlebihan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa	a. Membeli produk karena trend. b. Membeli produk karena kemasan yang menarik.	Likert

	<p>yang memenuhi kebutuhan hidupnya secara berlebihan</p>	<p>c. Membeli produk atas diskon atau iming-imingan hadiah.</p> <p>d. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial.</p> <p>e. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk tersebut.</p>	
--	---	---	--

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Karena data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, maka instrumen penelitian yang digunakan dilakukan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji f, dan uji R^2). Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya ⁶⁵. Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan dengan tujuan menguji

⁶⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, Cv. Wade Group, 2016.

pengaruh beberapa variabel independent terhadap satu variabel dependen ⁶⁶.
Persamaannya seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari X1

β_2 = Koefisien regresi dari X2

β_3 = Koefisien regresi dari X3

X1 = Variabel bebas 1 yakni literasi keuangan

X2 = Variabel bebas 2 yakni inklusi keuangan

X3 = Variabel bebas 3 yakni penggunaan uang elektronik

ε = Error

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian kali ini adalah santri pondok pesantren Al Huda yang berumur 17 tahun ke atas. Dalam pandangan Hurlock (1997) menjelaskan bahwa remaja akan melewati dua fase berdasarkan usia dari umur 13-17 tahun dan remaja akhir pada usia 17-18 tahun. Pada dua fase ini menurut Hurlock memiliki perbedaan yang mencolok pada saat remaja akhir telah mencapai pada transisi perkembangan yang mendekati usia dewasa. Dalam kehidupan

⁶⁶ Safina Dewi, "Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Kedisiplinan Pembayaran Pada Tingkat Konsumsi Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Amien," *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 2021, https://eprints.walisongo.ac.id/13574/1/SKRIPSI_1705026093_SAFINA_DEWI.pdf.

remaja mereka akan mendapatkan peran baru dalam masyarakat. Kondisi seperti itu membuat mereka akan mengalami perubahan pengetahuan, mereka harus mencapai kemandirian emosional dari orangtua dan orang dewasa lainnya⁶⁷.

Berikut data deskripsi responden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, dan responden yang pernah menggunakan uang elektronik.

a. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berikut merupakan table deskripsi responden menurut usia sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia

Umur	Jumlah	Persentase
17	26	17.0
18	28	18.3
19	23	15.0
20	18	11.8
21	13	8.5
22	15	9.8
23	6	3.9
24	9	5.9
25	6	3.9
26	1	.7
27	4	2.6
28	1	.7
29	2	1.3
30	1	.7
Total	153	100.0

Sumber: data diolah SPSS 2024

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan tingkat usia terbanyak didominasi oleh reponden yang berusia 18 tahun dengan jumlah 28 santri atau 18.3 % dari total 153 responden. Sedangkan responden dengan tingkat usia yang paling sedikit adalah

⁶⁷ Muhammad Kamil Jafar et al., "Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado," *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics* 3, no. 1 (2023): 96–105, <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>.

responden yang berusia 25, 28 dan 30 tahun dengan jumlah masing-masing 1 santri atau 0.7 % dari total keseluruhan 153 responden

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri atas laki-laki dan perempuan dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis_Kelamin				
Gender	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	77	50.3	50.3	50.3
Perempuan	76	49.7	49.7	100.0
Total	153	100.0	100.0	

Sumber: data diolah SPSS 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 77 responden 50.3% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 76 responden 49.7%.

c. Karakteristik responden yang menggunakan uang elektronik

Karakteristik Responden yang menggunakan uang elektronik yaitu semua responden dengan jumlah 153 responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 3 Responden yang menggunakan uang elektronik

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi Penggunaan Uang Elektronik
Laki-laki	77	50,3%
Perempuan	76	49,7%
Total	153	100%

Sumber: data diolah SPSS 2024

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 77 santri laki-laki atau 50,3% dan santri perempuan 73 atau 49,7% menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi jaul beli.

2. Analisis deskriptif

Pengukuran sttistik deskriptif variabel ini dilakukan untuk mengetahui data secara umum seperti rata-rata (*mean*), tertinggi (*max*), terendah (*min*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Mengenai hasil uji *statistic descriptive* pneelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X1	153	16	40	30.16	4.122
TOTAL_X2	153	12	25	18.73	2.588
TOTAL_X3	153	12	30	22.63	3.466
TOTAL_Y	153	12	46	29.17	6.696
Valid N (listwise)	153				

Sumber: data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat digambarkan bahwa nilai minimum dari variabel literasi keungan yaitu 16 dan nilai maksimumnya adalah 40. Nilai rata-rata dari variabel X1 (literasi keungan) 30.16 yang artinya bahwa kontribusi variabel literasi keungan terhadap perilaku konsumtif sebesar 30.16%. Dengan standar deviasi 4.122 yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel literasi keungan +4.122, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel literasi keungan adalah -4.122 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel literasi keungan adalah 4,12%

Nilai minimum dari variabel inklusi keungan yaitu 12 dan nilai maksimumnya adalah 25. Nilai rata-rata dari variabel inklusi keungan adalaah 18.73 yang artinya bahwa kontribusi variabel inklusi keungan terhadap perilaku konsumtif sebesar 18.73%. Dengan standar deviasi 2.588 yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel inklusi keungan +2.588, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel inklusi

keuangan adalah -2.588 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel inklusi keuangan adalah 2.58%

Nilai minimum dari variabel penggunaan uang elektronik yaitu 12 dan nilai maksimumnya adalah 30. Nilai rata-rata dari variabel penggunaan uang elektronik 22.63 yang artinya bahwa kontribusi variabel penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif sebesar 22.63%. Dengan standar deviasi 3.466 yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel penggunaan uang elektronik +3.466, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel tersebut adalah -3.466 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel penggunaan uang elektronik adalah 3.46%

3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner valid atau tidak. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dengan α 0.0.1, yaitu $df = 153-2 = 151$. Maka menghasilkan r tabel sebesar 0,207671121. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Uji Validitas

R Hitung	R Tabel	Keterangan
0,491	0,2076711	Valid
0,588	0,2076711	Valid
0,544	0,2076711	Valid
0,676	0,2076711	Valid
0,666	0,2076711	Valid
0,661	0,2076711	Valid
0,585	0,2076711	Valid
0,706	0,2076711	Valid

	0,589	0,2076711	Valid
S	0,622	0,2076711	Valid
u	0,756	0,2076711	Valid
m	0,690	0,2076711	Valid
b	0,597	0,2076711	Valid
e	0,651	0,2076711	Valid
r	0,669	0,2076711	Valid
:	0,787	0,2076711	Valid
d	0,689	0,2076711	Valid
a	0,710	0,2076711	Valid
t	0,688	0,2076711	Valid
a	0,686	0,2076711	Valid
d	0,684	0,2076711	Valid
i	0,603	0,2076711	Valid
o	0,720	0,2076711	Valid
l	0,604	0,2076711	Valid
a	0,677	0,2076711	Valid
h	0,628	0,2076711	Valid
S	0,664	0,2076711	Valid
	0,677	0,2076711	Valid
	0,427	0,2076711	Valid

iketahui bahwa masing-masing dari butir pernyataan pada kuesioner memiliki nilai r hitung > r tabel dengan sig. (2-tailed) < 0,05 dan berilai positif. Hal tersebut menunjukan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk melanjutkan pengolahan data selanjutnya.

Adapun pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS23 dengan metode *Cornbach Alpha* dengan batas 0,6 untuk menentukan apakah kuesioner reliabel atau tidak. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Item Pernyataan
Literasi Keuangan (X1)	0.768	8
Inklusi Keuangan (X2)	0.659	5
Uang Elektronik (X3)	0.787	6
Perilaku Konsumtif (Y)	0.839	10

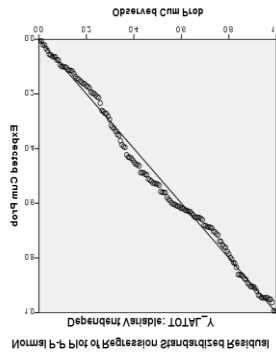
Sumber: data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa 29 pernyataan dengan 8 pernyataan untuk variabel X1 dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,768 , 5 pernyataan untuk X2 dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,659, 6 pernyataan untuk X3 dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,787 , dan 10 pernyataan untuk variabel Y dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,839 telah dinyatakan valid, juga dinyatakan reliabel karena nilai *Cornbach Alpha* yang dihasilkan baik variabel X maupun variabel Y melebihi batas 0,6.

4. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dari regresi dapat terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan normal p-plot dan uji kolmogorof-smirnov. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada diagram sebagai berikut.

Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot



Gambar di atas memperlihatkan titik-titik yang ada mengikuti garis diagonal atau berada tidak jauh dari garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Sedangkan pada uji normalitas dengan menggunakan metode uji Lilliefors (Kolmogorov-Smirnov) yaitu dengan membaca nilai Sig (signifikansi) pada masing-masing variabel. Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga uji statistik nonparametrik harus digunakan. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut tabel hasil perhitungan uji normalitas.

Tabel 4. 5 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		153
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.62529566
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.044

	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi menunjukkan angka $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif berdistribusi normal.

b. Uji Multikolenearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat Nilai VIF. Jika nilai tolerance VIF $> 0,10$ dan ilia VIF < 10 , maka tidak terdapat adanya multikolinieritas dlam variabel bebas. Hasil uji multikolenieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Uji Multikolenieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.504	4.399		6.252	.000		
	Literasi keuangan	-.145	.181	-.089	-.802	.424	.529	1.889

	Inklusi keuangan	-.152	.351	-.059	-.434	.665	.357	2.800
	Uang elektronik	.393	.237	.203	1.659	.099	.437	2.289

Sumber: data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada variael X1 nilai tolerance sebesar $0,592 > 0,10$ dengan VIF $1,889 < 10$, nilai tolerance variabel X2 sebesar $0,357 > 0,10$ dengan nilai VIF $2,800 < 10$, dan nilai tolerance variabel X3 sebesar $0,437 < 0,10$ dngan nilai VIF $2,289 < 10$. Hal ini mnunjukn bahwa hasil output SPSS 23 dari ketiga variabel bebas lolos uji multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan analisis asumsi dari regresi yang terdiri dari pengujian pengaruh variabel independen pada variabel dependen, sehingga tidak boleh terjadi korelasi di antara pengamatan serta data observasi sebelumnya

Adapun uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson (DW Test)* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 7 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.145 ^a	.021	.001	6.692	1.946

Sumber: data diolah SPSS 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai *Durbin-Watson (DW Test)* sebesar 1,946 dengan jumlah sampel sebanyak (n) 153 dan jumlah variabel bebas sebanyak k = 3 dengan nilai signifikansi 5%. Maka diperoleh nilai DL 1.6959 dan Du 1.7758. Nilai DW dari tabel di atas sebesar 1,946, dimana uji autokorelasi dapat ditunjukkan dengan syarat $DU < DW < 4 - DU$, Maka $1,7758 < 1,946 < 2,2242$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data telah lolos uji autokorelasi hal tersebut dikarenakan nilai DW berada diantara nilai DU dan nilai 4-DU.

Sedangkan pengambilan keputusan *Uji Run test* yaitu jika nilai *asym sig* > 0,05 maka data tersebut tidak terjadi autokorelasi. Adapun *uji Run Test* dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 8 Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.49950
Cases < Test Value	76
Cases >= Test Value	77
Total Cases	153
Number of Runs	82
Z	.731
Asymp. Sig. (2-tailed)	.465

a. Median

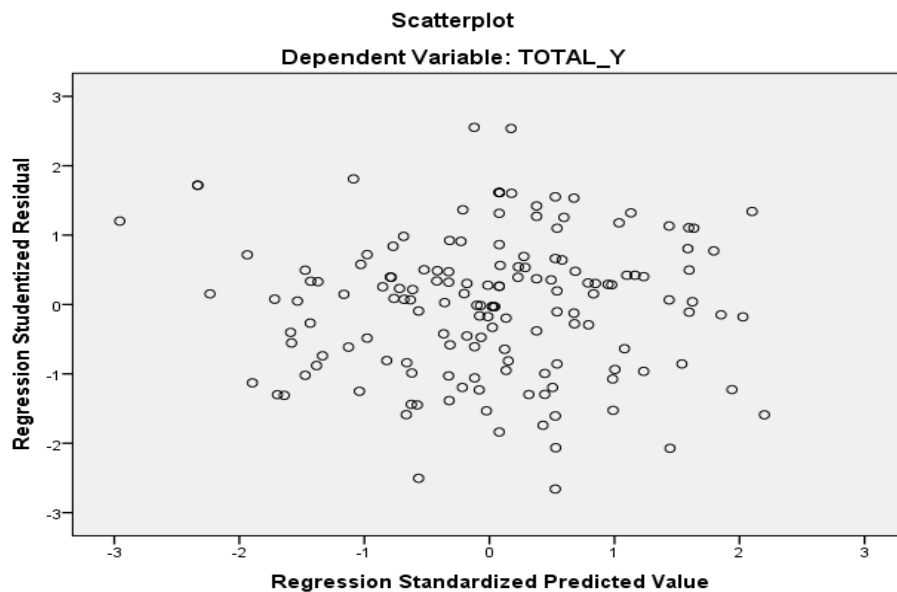
Sumber: data diolah SPSS 2024

Dari tabel di atas menunjukkan nilai asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,465 > 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi antar variabel.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari dilakukannya uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan antar residual data observasi sebuah model regresi. Pada umumnya untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menganalisis hasil output SPSS23 pada grafik scatterplot. Adapun grafik scatterplot dapat dilihat pada grafik berikut.

Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Gambar Diolah SPSS 2024

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada titik-titik pada data di atas tersebar secara acak tanpa membentuk pola yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data di atas tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini

Sedangkan dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.555	2.612		.595	.552
	Literasi Keuangan	-.076	.107	-.078	-.707	.481
	Inklusi keuangan	.361	.208	.234	1.732	.085
	Uang elektronik	-.033	.141	-.029	-.237	.813
a. Dependent Variabel: ABS_RES						

Sumber: data diolah SPSS 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki signifikansi sebesar $0,481 > 0,05$, variabel x2 memiliki sig sebesar $0,085 > 0,05$, dan variabel x3 memiliki sig sebesar $0,813$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

5. Uji hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik

memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif.

Uji t berpengaruh signifikan jika nilai t hitung > t tabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ($\text{sig} < 0,05$). Nilai t tabel dapat ditemukan pada tabel statistic untuk sig 0,05 dengan $df = n - k$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah sampel. Jadi $df = 153 - 4 = 149$. Sehingga nilai t tabel adalah 1,97601. Untuk uji t dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 10 Uji Signifikan Parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	36.844	2.629		14.016	.000
Literasi keuangan	-1.165	.076	-.920	-15.404	.000
Inklusi keuangan	.738	.206	.285	3.582	.000
Uang elektronik	.602	.146	.312	4.111	.000

Sumber: data diolah SPSS 2024

Dari tabel di atas dapat di simpulkan bahwa :

- a. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung - 15.404 > t tabel 1,97601, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan H₁ diterima.
- b. Nilai signifikansi variabel X2 sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung - 3.582 > t tabel 1,97601 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan H₂ diterima

c. Nilai signifikansi variabel X3 sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4111 < t$ tabel $1,97601$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan H3 diterima

b. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien Determinasi (R-Squared) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang dimiliki. Nilai R^2 yang kecil menandakan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.613	4.165

Sumber: data diolah spss (2024)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,621 atau sebesar 62.1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, dan pengguna uang elektronik memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif sebesar 0.621 atau 62.1% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan 37,9% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

c. Uji Simultan F

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan uji distribusi F, yaitu dengan

membandingkan antara nilai signifikansi $< 0,05$ yang terdapat pada tabel ANOVA.

Tabel 4. 12 Uji Simultan f

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4230.983	3	1410.328	81.304	.000 ^b
Residual	2584.599	149	17.346		
Total	6815.582	152			

Sumber: data diolah spss 2024

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai f hitung $81.304 > f$ tabel $2,66$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan dengan tujuan menguji pengaruh beberapa variabel independent terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengolahan dari analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	36.844	2.629		14.016	.000
Literasi Keuangan	-1.165	.076	-.920	-15.404	.000

Inklusi keuangan	.738	.206	.285	3.582	.000
Uang elektronik	.602	.146	.312	4.111	.000

Sumber: data diolah SPSS 2024

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai konstanta 36.844 dengan nilai koefisien regresi pada X1 yaitu sebesar -1.165, pada X2 sebesar 0.738, dan X3 sebesar 0.602 dengan nilai constant sebesar 36.844. Sehingga dapat diperoleh model sebagai berikut:

$$Y = 36.844 - 1.165 + 0.738 + 0.602 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat diuraikan sebagai berikut

- a. Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 36.844 maka apabila santri pondok pesantren Al Huda mempertimbangkan variabel literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan uang elektronik maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 36.8%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan
- b. Nilai koefisiensi regresi variabel literasi keuangan bernilai negative sebesar -1.165. Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri pondok pesantren Al Huda meningkatkan literasi keuangan maka sikap konsumtif akan turun.
- c. Nilai koefisiensi regresi variabel inklusi keuangan bernilai positif sebesar 0.738. Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri pondok pesantren Al Huda meningkatkan inklusi keuangan maka sikap konsumtif akan naik
- d. Nilai koefisiensi regresi variabel penggunaan uang elektronik bernilai positif sebesar 0.602. Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri

pondok pesantren Al Huda meningkatkan penggunaan uang elektronik maka sikap konsumtif akan naik.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Santri.

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui nilai t hitung pada variabel literasi keuangan memiliki Nilai signifikansi variabel X_1 sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $-15.404 > t$ tabel $1,97601$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku konsumtif (Y) dan H_1 diterima. Sedangkan nilai koefisiensi regresi variabel literasi keuangan bernilai negatif sebesar -1.165 . Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri pondok pesantren Al Huda meningkatkan literasi keuangan maka sikap konsumtif akan turun 116%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan ⁶⁸ bahwa pada penelitian tersebut yaitu literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Penelitian tersebut diperkuat oleh peneliti yang dilakukan oleh ⁶⁹. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung

Peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan pemahaman keuangan pribadi, hal ini berarti bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplemetasikan aspek-aspek keuangan maka akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif sehingga akan menghindarkan dari perilaku konsumtif ⁷⁰

2. Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

⁶⁸ Mardiyah, "Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang."

⁶⁹ Putri, "Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya."

⁷⁰ Sugiharti and Maula, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa."

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui nilai t hitung pada variabel inklusi keuangan memiliki nilai signifikansi variabel inklusi keuangan (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel inklusi keuangan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi variabel inklusi keuangan bernilai positif sebesar 0,738. Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri pondok pesantren Al Huda meningkatkan inklusi keuangan maka sikap konsumtif akan naik sebesar 73.8%

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putri⁷¹ bahwa inklusi keuangan secara berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa pendidikan akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian tersebut diperkuat oleh penelitian Siboro dan Rochmawati⁷² bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y .

Menurut⁷³ inklusi keuangan adalah suatu kondisi yang mana setiap orang mendapatkan akses terhadap layanan keuangan yang berkualitas, tersedia dengan harga terjangkau, dengan cara nyaman dan memuaskan. inklusi keuangan diartikan sebagai kepemilikan rekening pada institusi keuangan formal dan penggunaannya artinya semakin mudah akses keuangan yang dimiliki santri akan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan semakin meningkat, sehingga dapat disimpulkan inklusi keuangan memberikan pengaruh kepada perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

⁷¹ Putri, "Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya."

⁷² Siboro and Rochmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya."

⁷³ Bintang Badriatul Ummah, Nunung Nuryartono, and Lukytawati Anggraeni, "Analisis Inklusi Keuangan Dan Pemerataan Pendapatan Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan* 4, no. 1 (2018): 1–27, <https://doi.org/10.29244/jekp.4.1.2015.1-27>.

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui nilai t hitung pada variabel penggunaan uang elektronik memiliki nilai Nilai signifikansi variabel X3 sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel X3 berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Y. Sedangkan nilai koefisienssi regresi variabel penggunaan uang elektronik bernilai positif sebesar 0.602. Hal tersebut menyatakan bahwa jika santri pondok pesantren Al Huda meningkatkan penggunaan uang elektronik maka sikap konsumtif akan naik 60.2%

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Puspita⁷⁴. Hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS JAMBI. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ⁷⁵ yang menyatakan bahwa Variabel penggunaan *electronic money* atau uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina RU V Balikpapan.

Penggunaan perangkat elektronik atau *e-commerce* karena timbulnya rasa kepercayaan, kenyamanan, pengalaman pengguna, dan faktor-faktor lingkungan sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja secara online. Hal ini karena adanya penerimaan pengguna terhadap teknologi elektronik (TAM) sebagai alat transaksi sehingga perilaku konsumtif terjadi, hal itu karena adanya faktor kemudahan dalam menggunakan uang elektronik, cepat, aman, nyaman dan mudah dalam bertransaksi merupakan alasan utama, masyarakat memiliki respon yang besar terhadap sistem pembayaran non tunai ⁷⁶. Transaksi menggunakan uang elektronik yang dinilai lebih praktis dibandingkan dengan uang tunai. Hal ini membuat konsumen lebih mudah

⁷⁴ Puspita Sari, Kasus Mahasiswa UIN STS Jambi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan, and Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuik Nurlia Fusfita."

⁷⁵ Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan."

⁷⁶ Puspita Sari, Kasus Mahasiswa UIN STS Jambi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan, and Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuik Nurlia Fusfita."

melakukan pembelian impulsif, tanpa perlu menghitung uang tunai yang tersisa.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Santri

Berdasarkan tabel 4.34 di atas menunjukkan bahwa f hitung sebesar nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai f hitung $81.304 > f$ tabel $2,66$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lita⁷⁷ menjelaskan bahwa terdapat hubungan diantara ketiga faktor tersebut literasi keuangan dan konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif, ketiga faktor tersebut literasi keuangan, pengendalian diri dan konformitas hedonis dapat memberikan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif, dengan semakin tingginya tingkat literasi keuangan maka akan menjadikan semakin rendahnya tingkat konsumtifnya.

Menurut Wardhana⁷⁸ ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi karakteristik pribadi konsumen seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial, status perkawinan, pendidikan, kepribadian, dan nilai-nilai dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan konsumen. Sementara itu teknologi, digitalisasi, dan inovasi seperti perangkat elektronik, aplikasi mobile, *platform e-commerce*, pengalaman belanja online, pemasaran digital, kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things (IoT)*, atau *blockchain*, dapat mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan jasa. Dari uraian di atas variabel literasi keuangan memberikan pengaruh negatif dan signifikan, berbeda dengan variabel inklusi dan uang elektronik yang berpengaruh positif dan signifikan.

KESIMPULAN

⁷⁷ Lita Tribuana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 1 (2020): 145–55, <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>.

⁷⁸ Wardhana, "Menejemen Pemasaran Berbasis Pelanggan."

Dari penelitian yang telah dipaparkan diatas, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif santri pondok pesantren Al Huda Kebumen. Peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan pemahaman keuangan pribadi, hal ini berarti bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplemetasikan aspek-aspek keuangan maka akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif sehingga akan menghindarkan dari perilaku konsumtif.
2. Variabel inklusi keuangan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif santri Al Huda Kebumen. Kemudahan akses keuangan yang dimiliki santri akan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan semakin meningkat, sehingga berpengaruh kepada perilaku konsutif
3. Variabel penggunaan uang elektronik (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Santri pondok pesantren Al Huda Kebumen. Transaksi menggunakan uang elektronik yang dinilai lebih praktis dibandingkan dengan uang tunai sehingga membuat konsumen lebih mudah melakukan pembelian impulsif, tanpa perlu menghitung uang tunai yang tersisa.
4. Nilai signifikansi hasil uji simultan (uji f) sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai f hitung $81.304 > f$ tabel 2,66. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, keimpulan, dan keterbatasan yang telah dipaparkan, penulis memberikan beberapa saran dengan tujuan untuk meningkatkan penelitian dimasa depan.

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukan variabel independen yang berbeda seperti variabel teman sebaya, *self controlling*, lingkungan, dan lain sebagainya
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggnakan objek penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ulumudiniati, Mawalia, and Nadia Asandimitra. "Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, Love of Money Terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle Sebagai Mediasi." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 51–67. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p51-67>.
- Achir, Ainun Yaumil, and T M Kusumaningrum. "Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, Dan E-Wallet Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa." *Jurnal Manajemen* 13, no. 3 (2021): 554–68. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/8503>.
- Afiyah, Rida Nur. "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)." *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2020.
- Afriliyani, Selvi. "PERILAKU KONSUMSI PERSPEKTIF AL-GHAZALI." *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO UINFAS BENGKULU*, 2022. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>.
- Bank Indonesia. "https://Www.Bi.Go.Id/Id/Statistik/Ekonomi-

Keuangan/Spip/Documents/TABEL_5g.Pdf." Bank Indonesia, 2024.
https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_5g.pdf.

———. "Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik," 2018.

Dewi, Safina. "Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Kedisiplinan Pembayaran Pada Tingkat Konsumsi Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Amien." *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 2021.
https://eprints.walisongo.ac.id/13574/1/SKRIPSI_1705026093_SAFINA_DEWI.pdf.

Fatmawati, Endang. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 9, no. 1 (2015): 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.

Hendarsyah, Decky. "Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (2016): 1–15. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>.

Hisan, Dewi Ghitsatul, and Siti Haniatunnisa. "Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam." *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>.

Indiani, Diah, and Lasmanah. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Money OVO Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi." *Bandung Conference Series: Business and Management* 2, no. 2 (2022): 1355–59. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4570>.

Jafar, Muhammad Kamil, Nur Evira Anggrainy, Irgiyani Suhardin, and Rahmawati Nadila Tohai. "Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado." *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics* 3, no. 1 (2023): 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: ERLANGGA, 2009.

Mandira, Sarma. "Index of Financial Inclusion – A Measure of Financial Sector Inclusiveness." *Zhonghua Jie He He Hu Xi Za Zhi = Zhonghua Jiehe He Huxi Zazhi = Chinese Journal of Tuberculosis and Respiratory Diseases* 24, no. 8 (2012): 472–76.

Mardiyah, Luluk Atul. "Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang," 2022, 16–17.

Margaretha, Farah, and Reza Arif Pambudhi. "TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI." *JMK* 17, no. 1 (2015): 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>.

Marwiyah, Siti Laelatul, M H Ainulyaqin, and Sarwo Edy. "Analisis Pengaruh Perilaku

Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam” 9, no. 03 (2023): 4279–94.

Miswanto, Miswanto, Putri Arneta Sidik, and Mohamad Faiz Arrafi. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 28, no. 2 (2022): 136–51. <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i2.9274>.

Nainggolan, Hermin. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–26. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>.

Nurhayati, Herny, and Idang Nurodin. “Pengaruh Keuangan Inklusi Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Di Kabupaten Sukabumi.” *Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)* 1, no. September (2019): 167–75. <https://semnastera.polteksmi.ac.id/index.php/semnastera/article/view/28>.

Otoritas Jasa Keuangan. “Hasil Survei Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022.” <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>, 2022.

———. “Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Seojk.07/2017 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan.” *Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*, 2017, 9–25.

Paendong, Brayen, and Maria Rita. “Dampak Perilaku Konsumtif Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Sandwich: Peran Moderasi Literasi Keuangan.” *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 20, no. 1 (2024): 77–91.

Prastiti, Didin Elok, Imam Mukhlis, and Haryono Agung. “Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.” *JESP* 7, no. 1 (2015): 75–82.

Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Cv. Wade Group, 2016.

Puspita Sari, Diana, Studi Kasus Mahasiswa UIN STS Jambi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan, and Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuok Nurlia Fufita.” *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)* 2, no. 1 (2024): 64–79.

Putri, Tunggal Purnama. “Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi*

(JPAK) 6, no. 3 (2018): 323–30.

Rasyid, Arbanur. “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam.” *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2019): 172–86.

<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudencia/article/view/2128>.

Riyanto, Sugeng, Asah Wiari, and Siti Nur Chasnah. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Desa Panggungroyom Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pti.” *Buletin BBSnis & Manajemen* 10, no. 01 (2024): 32–42.

Rohayedi, Eddy, and Maulina Maulina. “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam.”

Transformatif 4, no. 1 (2020): 31–48. <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>.

Roy, Priyabrata. “Theory and Models of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study.” *SSRN Electronic Journal*, no. August (2022).

<https://doi.org/10.2139/ssrn.4205489>.

Safira, Bunga. “Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna SPayLater DKI Jakarta.”

Jurnal Administrasi Profesional 3, no. 2 (2022): 25–35.

<https://doi.org/10.32722/jap.v3i2.5133>.

Satria, Chandra, and Khoirunnisa Khoirunnisa. “Systematic Literature Review (Slr):

Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm.” *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2024): 207–20.

<https://doi.org/10.36908/esha.v9i2.1046>.

Siboro, Erna Delina, and Rochmawati. “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya.” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 5, no. 1 (2021): 37–50. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3332>.

Sugiharti, Harpa, and Kholida Atiyatul Maula. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.” *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019): 804–18. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>.

Tribuana, Lita. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 1 (2020): 145–55.

<https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>.

Ummah, Bintan Badriatul, Nunung Nuryartono, and Lukyutawati Anggraeni. “Analisis Inklusi Keuangan Dan Pemerataan Pendapatan Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan* 4, no. 1 (2018): 1–27.

<https://doi.org/10.29244/jekp.4.1.2015.1-27>.

Viana, Eka Darsa, Firdha Febrianti, and Farida Ratna Dewi. “Literasi Keuangan, Inklusi

Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek.” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 12, no. 3 (2022): 252–64. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>.

Wardhana, Aditya. “Menejemen Pemasaran Berbasis Pelanggan,” no. March (2024). http://widhadyah.lecture.ub.ac.id/files/2012/03/PE3_TEORI-PERILAKU-KONSUMEN.pdf.

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.

Wulandari, Dwi Novia Ayu, and R.A Sista Paramita. “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Coffee Shop) Di Kabupaten Kabupaten Jember.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. September (2023): 199–210.