

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Money* dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YPPI Rembang

Zia Ul Haq, Agustina Widodo

Universitas YPPI Rembang

ziaulhaq1905@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of financial literacy, e-money usage, and self-control on consumptive behavior among students at the Faculty of Economics and Business, YPPI University, Rembang. The method used in this study is quantitative. Data were collected through the distribution of a predetermined questionnaire using the proportionate stratified random sampling technique. The sample size in this study was 72 respondents who were students at the Faculty of Economics and Business and used the e-money platform. Data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS. The results showed that financial literacy had a negative effect on consumptive behavior. This means that the higher the students' financial literacy, the lower their tendency to engage in consumptive behavior. The use of e-money had a negative effect on consumptive behavior. This means that students were more prudent and controlled in their use of e-money, so they did not engage in consumptive behavior. Self-control has a negative effect on consumptive behavior. This means that the better students' ability to control themselves, the lower their consumptive behavior.

Keywords: Financial Literacy, E-Money Usage, Self-Control, Consumptive Behavior.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-money* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa feb universitas yppi rembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah ditentukan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 72 responden yang merupakan mahasiswa feb dan menggunakan *platform e-money*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan perilaku konsumtif. Penggunaan *e-money* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, mahasiswa lebih bijak dan terkontrol dalam penggunaan *e-money* sehingga tidak bersikap konsumtif. Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin baik kemampuan mahasiswa untuk mengendalikan diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Money*, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang pesat (Yunus, 2017) sehingga membawa perubahan yang besar pada berbagai bidang teknologi terutama dalam hal pengelolaan finansial sehingga

menjadi pendorong yang besar bagi perilaku konsumtif masyarakat. Seperti yang diketahui masyarakat sekitar saat ini menjadi lebih sering dalam penggunaan media sosial dan cenderung mendapatkan kemudahan dalam mengakses produk layanan yang diinginkan. Hal tersebut berpengaruh pada perilaku konsumtif masyarakat.

Menurut Fitriyani, dkk (2013) perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku tidak bisa membedakan antara kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan terhadap suatu produk atau layanan. Perilaku konsumtif muncul pada lingkungan masyarakat karena terdapat dorongan perkembangan media elektronik, komunikasi dan keuangan. Ini menjadi ancaman bagi masyarakat ketika proses pengambilan keputusan yang tidak rasional. Sehingga terkadang masyarakat membeli suatu produk atau layanan hanya karena demi status sosial.

Literasi Keuangan adalah pengetahuan dalam mengatur keuangan pribadi maupun keluarga dengan benar demi sebuah keputusan yang efektif supaya dapat mencapai kesejahteraan finansial (Suardi dan Widodo, 2024). Putra, dkk dalam Hariyanto dan Damayanti (2022) mengkategorikan definisi literasi keuangan dalam lima kategori yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan untuk mengkomunikasikan konsep keuangan, kecerdasan dalam mengatur keuangan personal, keahlian dalam membuat keputusan keuangan yang tepat dan kepercayaan dalam merencanakan keuangan yang efektif untuk kebutuhan dimasa mendatang. Masyarakat cenderung tidak mengetahui dengan benar mengenai bagaimana seharusnya cara mengatur keuangan dan mencatat keuangan dengan benar. Oleh karenanya masyarakat tersebut tidak mempunyai perencanaan keuangan, maka hal tersebut dapat mengganggu keuangannya (Lusardi dan Mitchell, 2006). Menurut penelitian yang dilakukan Rakhman dan Pertiwi (2023) dan Nainggolan (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusmiati dan Kurnianingsih (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

E-Money adalah alat pembayaran elektronik yang didapat dengan cara menyetorkan uang tunai terlebih dahulu kepada penerbit baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan menggunakan rekening bank lalu uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media *e-money* yang dinyatakan dalam satuan rupiah sehingga dapat digunakan dalam transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media *e-money* tersebut. Menurut Ramadani, dkk dalam Nainggolan (2022) *e-money* adalah produk yang memiliki nilai tersimpan (*stored value*) atau prabayar (*prepaid*) tempat seseorang menyimpan uangnya dalam sebuah media elektronik. *E-money* merupakan alat pembayaran yang dapat digunakan dalam berbagai macam media pembayaran (*multi purposed*) tidak seperti halnya kartu telepon yang merupakan *single purpose prepaid card*.

Kemudahan dalam penggunaan *e-money* seperti pembayaran dengan *QRcode* yang terintegrasi dalam aplikasi dompet digital telah mengubah pola konsumtif

masyarakat khususnya mahasiswa. Mahasiswa tidak lagi perlu untuk membawa uang tunai dalam jumlah besar sehingga transaksi menjadi lebih cepat, praktis dan terasa ringan. Namun kemudahan ini juga berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif karena mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan terlebih ketika terpengaruh oleh lingkungan sosial dan tren gaya hidup. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rakhman dan Pertiwi (2023), Nainggolan (2022) dan Kusmiati dan Kurnianingsih (2022) memiliki kesamaan hasil penelitian menunjukkan penggunaan *e-money* berpengaruh positif signifikan. Namun penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ashari dan Kade R.K (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kontrol diri merupakan kemampuan tiap individu dalam menahan dorongan dan mengendalikan tingkah lakunya pada saat tidak adanya kontrol dari lingkungannya. Menurut Fattah, dkk (2018) kontrol diri merupakan suatu kecakapan masing-masing individu dalam membaca situasi atau kondisi tertentu yang memiliki makna dalam melakukan sesuatu individu dapat mempertimbangkan terlebih dahulu mana yang baik dan mana yang benar sebelum melakukan tindakan. Tingkat kontrol diri yang tinggi akan membantu seseorang untuk menghindari perilaku konsumtif karena mampu menahan dorongan untuk berbelanja secara impulsif dan lebih mempertimbangkan kebutuhan serta prioritas keuangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rakhman dan Pertiwi (2023) dan Nainggolan (2022) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusmiati dan Kurnianingsih (2022) yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pola konsumtif anak muda saat ini diperparah dengan kemudahan akses pembelian barang. Teknologi informasi di bidang keuangan atau yang dikenal dengan *financial technology (fintech)* disatu sisi bermanfaat dalam proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman, namun di sisi lain juga menjadi boomerang bagi generasi muda yang minim literasi keuangan. Mahasiswa seringkali menunjukkan perilaku konsumtif yang dipengaruhi berbagai macam faktor, seperti literasi keuangan, kontrol diri, gaya hidup, serta kemudahan teknologi pembayaran digital (Mursalim, dkk 2024). Berdasarkan survei Katadata Insight Center (2021), sebanyak 56,6% generasi Z jarang atau bahkan tidak pernah menabung, hal ini menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan (dalam Mursalim, dkk 2024). Rendahnya literasi keuangan ini dapat menghambat individu dalam pengambilan Keputusan terkait keuangan dengan bijak dan dapat berdampak negatif terhadap stabilitas keuangan pribadi (Nainggolan, 2022).

Penggunaan alat pembayaran digital seperti halnya *e-money* dan *fintech* meski memberi kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, juga memiliki dampak meningkatnya perilaku konsumtif. Pengguna seringkali tidak menyadari berapa

jumlah pengeluaran yang sebenarnya sehingga lebih rentan untuk belanja berlebihan (Nainggolan, 2022).

Objek penelitian yang akan dilaksanakan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang karena di kampus tersebut para mahasiswa secara akademis mendapatkan materi pembelajaran yang berkaitan langsung dengan keuangan, perilaku konsumtif, serta penggunaan instrumen keuangan digital seperti *e-money*, sehingga relevan untuk dilakukan pengujian sejauh mana pengetahuan dan sikapnya dapat tercermin dalam perilaku konsumtif. Alasan peneliti memilih Universitas YPPI Rembang adalah selain kemudahan dalam memperoleh data serta kemudahan dalam berkoordinasi sebagai mahasiswa aktif, kampus ini juga memiliki karakteristik mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi yang menarik, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri dalam konteks lokal.

Survei dilakukan peneliti pada 39 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas YPPI Rembang untuk memperkuat dugaan perilaku konsumtif di Universitas YPPI Rembang sebagai berikut:

Tabel 1

Hasil Pra-Survei Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
	Saya mengetahui apa itu <i>e-money</i>	97,4%	2,6%
	Saya lebih sering menggunakan <i>e-money</i> daripada uang tunai	25,6%	74,4%
	Saya menggunakan <i>platform e-money</i> berikut (Ovo, Gopay, Shopeepay, Dana, M-Banking)	76,9%	23,1%
	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk berbelanja ketika terdapat saldo di akun <i>e-money</i> saya	41%	59%
	Saya sering berbelanja secara spontan tanpa perencanaan.	35,9%	64,1%
	Saya merasa boros ketika menggunakan <i>e-money</i>	41%	59%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1 tersebut mengenai hasil kuesioner kepada 39 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang, menunjukkan tanggapan mahasiswa terhadap lima pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan *e-money* dan perilaku konsumtif. Sebanyak 97,4% mahasiswa menyatakan mengetahui tentang *e-money* dan 2,6% menyatakan tidak mengetahui *e-money* namun hanya terdapat 25,6% yang sering menggunakannya dalam kegiatan transaksinya dan 74,4% sisanya memilih melakukan transaksi menggunakan uang tunai. Terdapat

76,9% mahasiswa yang menggunakan *platform e-money* seperti OVO, Gopay, ShopeePay, Dana dan

M-Banking, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut cukup populer di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang meskipun belum menjadikannya sebagai alat transaksi utamanya, sedangkan sebanyak 23,1% mengaku tidak menggunakan *e-money*. Mengenai kontrol diri, terdapat 41% mahasiswa merasa sulit menahan keinginan membelanjanya saat mengetahui bahwa terdapat saldo di dompet digitalnya, sebanyak 59% mahasiswa mengaku tidak sulit untuk menahan keinginannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan saldo dapat memicu perilaku konsumtif. Sebanyak 64,1% responden menyatakan tidak berbelanja secara spontan dan 35,9% menyatakan ya, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki kontrol diri yang baik. Lalu 42,9% mahasiswa merasa penggunaan *e-money* membuatnya boros sedangkan 57,1% sisanya mengaku tidak berpengaruh. Meskipun tingkat literasi terhadap *e-money* termasuk cukup tinggi namun intensitas penggunaannya bagi mahasiswa masih terbilang cukup rendah.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan antara hasil penelitian terdahulu mengenai beberapa variabel yang dipergunakan dalam meneliti, sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Money* dan Kontrol diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang.”

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang akan dilakukan pengumpulan data diperoleh melalui survei dengan menggunakan daftar pernyataan yang disebarkan kepada responden. Daftar pernyataan tersebut berupa kuesioner yang disebarkan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang. Metode pengisian kuesioner yang dipakai adalah kuesioner tertutup dimana responden tinggal memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dengan menekan jawaban yang menurut responden benar dengan skor jawaban pernyataan jenis *favorable* dan *unfavorable* dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2018), skala *likert* adalah metode yang mengukur sikap, pendapat, pendapat dan persepsi individu maupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang ada. Dengan menyatakan setuju atau tidak setujunya terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu dengan memberikan skor satu sampai lima yaitu, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Skala *Likert* pada umumnya menggunakan lima skala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil uji regresi linier berganda (Tabel Anova) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,006 (<0,005) yang berarti secara simultan ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Artinya, literasi keuangan,

penggunaan *e-money* dan kontrol diri secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada tabel **Model Summary** nilai adjusted R^2 sebesar 0,129 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1), penggunaan *e-money* (X2) dan kontrol diri (X3) secara bersamaan mampu untuk menjelaskan variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 12,9% sedangkan sisanya 87,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model masih memiliki ruang untuk dikembangkan dengan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin berpengaruh.

Namun, berdasarkan hasil uji t parsial (tabel Coefficients) diketahui bahwa

- a. Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,087 lebih besar dari 0,05 sehingga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- b. Penggunaan *E-Money* (X2) memiliki nilai signifikansi 0,180 yang juga $>0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- c. Kontrol Diri (X3) memiliki nilai signifikansi 0,644 yang paling besar diantara ketiganya, juga menunjukkan bahwa kontrol diri tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Ketiga variabel juga menunjukkan koefisien regresi bernilai negatif yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, penggunaan *e-money* dan kontrol diri maka kecenderungan perilaku konsumtif semakin rendah meskipun hubungan tersebut tidak signifikan secara parsial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-money* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara Simultan, literasi keuangan, penggunaan *e-money* dan kontrol diri **Berpengaruh signifikan** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersamaan mampu berkontribusi terhadap perilaku konsumtif.
2. Secara Parsial, variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Meskipun demikian, arah koefisien regresi menunjukkan pengaruh negatif yang berarti meningkatnya literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif meskipun tidak signifikan secara statistik.
3. Penggunaan *E-Money* secara parsial juga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien regresi bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin bijak mahasiswa dalam menggunakan *e-money* maka perilaku konsumtif cenderung menurun, namun hubungan tersebut belum signifikan.
4. Kontrol Diri secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Arah koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa semakin

baik kontrol diri mahasiswa maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif semakin rendah, meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan.

5. Nilai Adjusted R² sebesar 12,9% menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, penggunaan *e-money* dan kontrol diri hanya mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 12,9%, sedangkan sisanya yaitu 87,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah berikut:

1. Bagi mahasiswa, diharapkan mampu untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi supaya lebih bijak dalam mengambil sebuah keputusan konsumsi, terutama dalam menggunakan *e-money* yang menawarkan berbagai fitur praktir dan promosi.
2. Bagi pihak kampus, disarankan untuk menyediakan program edukasi keuangan seperti seminar, workshop atau mata kuliah terkait pengelolaan keuangan pribadi yang mungkin belum ada supaya mahasiswa memperoleh pemahaman komprehensif terkait perilaku konsumtif dan penggunaan instrumen keuangan digital.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang lebih memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku konsumtif seperti gaya hidup, lingkungan sosial maupun pengaruh sosial media, dsb. Karena dapat dilihat masih banyak faktor yang belum dapat terjelaskan secara maksimal dalam penelitian ini.
4. Instrumen penelitian dapat diperbaiki pada bagian item yang tidak valid supaya dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan meningkatkan kualitas penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ashari, N. A. I., & Kade R.K, I. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Surakarta. *Journal Transformation of Mandalika*, 4(5), 160–169. <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/issue/archive>
- Atikah, A., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control dan Financial Self Efficacy Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Studi Pada PT. Panarub Industry Tangerang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 284–297.
- Candra, L. D., & Abdullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Dengan Cryptocurrency. *Jurnal Rumpun Ekonoomi Syariah*, 6(2), 478–492.

- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 10–20.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–68. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8338/6868>
- Hariyanto, & Damayanti. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi, Return dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 5(2), 29–43. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v5i2.3475>
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Seberapa Besar Peran Financial Literacy, Life Style, E-Money dan Self Control? *Eduonomika*, 06(02), 1–11.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2006). BABY BOOMER RETIREMENT SECURITY: THE ROLES OF PLANNING, FINANCIAL LITERACY, AND HOUSING WEALTH. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 1–23.
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nasution, A. N. A. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea Nct 127 Di Indonesia). In <https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Id/Eprint/13706/> (Vol. 4, Issue 1).
- Ningcahya, I. R., & Rahmawati, L. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 52–63.
- Putra, A., Safitri, A. D., Saputri, C. O. M., Arifinda, D. A. R., Nugraheni, H., & Witjaksono, G. S. B. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Packaging Pada UMKMDi Kelurahan Blitar Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 244–249.
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 1 (2026) 416 – 424 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i1.10493

Journal of Management and Bussines (JOMB), 5(1), 560–575.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.6701>

Santoso, N. A., Pertiwi, D., & Astuti, D. (2022). Perencanaan Pensiun Pekerja Swasta: Pentingnya Financial Literacy dan Saving Behavior. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 77–81.

Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71.
<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/joie/article/view/3224/2013>

Suhardi, & Widodo, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jambura)*, 7(1), 371–378.

Wati, T. A., Anjani, H. P., Rukmiati, L. I., Sinaga, L. F., Minallah, N., Nirawati, L., & Samsudin, A. (2022). Manajemen Keuangan Dalam Perusahaan. *Journal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1), 50–55. <https://jurnal.uts.ac.id/>

Yunus, M. (2017). Go-Jek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 59–68.