

Analisis Perilaku Konsumtif Berdasarkan Pengaruh Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UB)

Fiona Berliana Putri

Faculty of Economics and Business University of Brawijaya Malang

Email : fionabp26@gmail.com

Abstract. *Shopee PayLater is a form of fintech that allows users to shop online by delaying payment. However, the use of paylater itself is a problem because the MUI fatwa prohibits paylater because it contains riba in its implementation practices, In the campus environment, one of which is FEB Universitas Brawijaya students, it is undeniable that consumptive behavior is one of the behaviors that are often found. This study aims to analyze the effect of debt understanding, usury understanding, financial literacy, and religiosity on the consumptive behavior of students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. The research methodology used in this type of research is descriptive quantitative with multiple linear regression analysis models. The results of this study are that understanding debt and financial literacy affect consumptive behavior, while understanding usury and religiosity do not affect consumptive behavior. The implications of this research are expected to contribute insight into the use of Shopee PayLater on consumptive behavior. In addition, it can also be used by educational institutions and governments in controlling consumptive behavior.*

Keywords: *Shopee Paylater; Consumptive Behavior; Understanding; Debt; Usury; Financial Literacy; Religiosity.*

Abstrak. *Shopee PayLater adalah salah satu bentuk fintech yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja secara online dengan menunda pembayaran. Namun, penggunaan paylater sendiri menjadi masalah karena fatwa MUI melarang Paylater karena mengandung riba dalam praktik pelaksanaannya, Dalam lingkungan kampus salah satunya pada mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, tidak dapat dipungkiri bahwasanya perilaku konsumtif menjadi salah satu perilaku yang sering ditemukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman utang, pemahaman riba, literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Metodologi penelitian yang digunakan dalam jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan model analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini bahwa pemahaman hutang dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pemahaman riba dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Implikasi penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi wawasan tentang penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif. Selain itu juga dapat digunakan oleh instansi pendidikan maupun pemerintahan dalam mengendalikan perilaku konsumtif.*

Kata kunci : *Shopee PayLater; Perilaku Konsumtif; Memahami; Utang; Riba; Literasi Keuangan; Religiusitas.*

PENDAHULUAN

Dalam era digital ini, teknologi telah mengubah cara orang berbelanja secara drastis. Salah satu perkembangan terbaru adalah penggunaan layanan pembayaran digital, salah satunya *PayLater*. *PayLater* adalah sebuah layanan keuangan yang memungkinkan pengguna dalam melakukan pembelian barang atau jasa tanpa membayar segera, namun membayar jumlah yang terutang dalam jangka waktu tertentu setelah pembelian tersebut dilakukan (Rahima, 2022). Layanan ini sering kali tersedia dalam bentuk kartu kredit atau aplikasi keuangan yang memungkinkan pengguna untuk membuat transaksi tanpa mengeluarkan uang tunai atau langsung mengurangi saldo rekening bank mereka. Pengguna dapat memanfaatkan layanan *paylater* dengan membayar tagihan yang mereka terima pada tanggal jatuh tempo,

seringkali dengan tambahan biaya bunga atau biaya layanan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pengguna dapat memiliki fleksibilitas dalam mengelola keuangan mereka dan memperoleh barang atau jasa tanpa membayar segera.

Shopee *PayLater* merupakan salah satu opsi *PayLater* yang disajikan oleh platform e-commerce Shopee, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang secara online dengan opsi pembayaran yang dapat dilakukan pada waktu yang akan datang. Shopee *PayLater* menawarkan produk pinjaman dengan metode pinjaman awal 0%, tanpa persyaratan minimum transaksi. Pinjaman ini hanya dapat digunakan untuk membeli produk di Shopee dengan jangka waktu peminjaman selama 30 hari. Ketentuan pembayaran mencakup opsi satu bulan, tiga bulan, enam bulan, hingga dua belas bulan. Pada cicilan pertama, Shopee *PayLater* memberlakukan bunga 0%, sedangkan untuk cicilan 3-6 bulan, terdapat biaya transaksi sebesar 2,95%. Seperti halnya kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu cicilan yang dipilih, semakin tinggi bunga yang harus dibayarkan (Rahayu, et al 2021).

Shopee *PayLater* menjadi pilihan yang menarik karena memberikan kemudahan proses pembayaran, termasuk opsi untuk mencicil pembayaran atau bahkan menunda pembayaran hingga jangka waktu tertentu. Hal ini tidak hanya memenuhi keinginan konsumen untuk berbelanja tanpa hambatan finansial, tetapi juga memberikan pengalaman belanja yang lebih fleksibel dan nyaman di Shopee (Sari, 2021). Ini memberi mereka keleluasaan untuk memenuhi keinginan dan nafsu belanja mereka tanpa harus menunda pembelian atau mengalami keterbatasan dana tunai.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Konsumsi

Dalam ilmu ekonomi, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk mendapat kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu atau menguntungkan (Amir et al., 2022). Teori konsumsi konvensional adalah suatu pendekatan dalam ilmu ekonomi yang mencoba menjelaskan perilaku konsumsi individu berdasarkan pendekatan tradisional. Franco Modigliani menerangkan bahwa pola pengeluaran konsumsi masyarakat mendasarkan kepada kenyataan bahwa pola penerimaan dan pola pengeluaran konsumsi seseorang pada umumnya dipengaruhi oleh masa dalam siklus hidupnya. Dalam teori pemenuhan marginal, setiap pembeli akan berusaha untuk pemenuhan yang paling ekstrim, dan pembeli akan terus membeli barang untuk jangka waktu yang lama, ketika telah memperoleh pemenuhan dari barang yang telah digunakannya. Pemenuhan yang diperoleh relatif atau lebih dari kepuasan minimal dan konsumsi serupa pada barang lain,

melalui perkiraan yang cermat dari hasil setiap pembelian. Terdapat dua komponen dalam teori ini, yakni konsumsi otonom dan margin konsumsi. Konsumsi otonom merupakan konsumsi yang tidak tergantung pada tingkat pendapatan. Sedangkan, margin konsumsi adalah perubahan dalam konsumsi yang terjadi sebagai respons terhadap perubahan dalam pendapatan.

Teori Konsumsi Islam

Secara umum, konsumsi adalah proses menggunakan produk dan layanan untuk memuaskan keinginan manusia. Meskipun mengkonsumsi memiliki arti yang sama dalam ekonomi Islam, ada perbedaan dalam aspek sekitarnya. Perbedaan utama antara standar syariah Islam dan konsumsi ekonomi adalah bahwa cara pencapaian yang terakhir tunduk pada pembatasan. Dalam ekonomi Islam, mengkonsumsi apa pun melibatkan lebih dari sekadar membayar penggunaannya; Ada nilai yang terkait dengannya yang sangat signifikan. Muhammad (2016), menulis dalam bukunya "Ekonomi Mikro Islam" bahwa Mannan menyatakan bahwa produksi adalah sumber pasokan dan konsumsi adalah permintaan. Pendorong utama kegiatan ekonomi konsumen sendiri adalah tuntutannya saat ini dan yang diantisipasi. Mereka dapat mendorongnya untuk meningkatkan pendapatannya selain hanya menyerapnya. Senada dengan Khaf (1995) dan Agil Sayed Omar dalam Muhammad (2011) dalam Utomo (2022), yang menegaskan bahwa tujuan konsumsi Islam harus mencakup pemenuhan materi dan akhirat, dan tidak terbatas pada kebahagiaan materialis melalui penggunaan barang-barang konsumtif saja.

Teori Preferensi Konsumen

Teori preferensi konsumen merupakan konsep yang menjelaskan tentang kesukaan, pilihan, atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen dalam memilih dan menggunakan produk. Dalam ekonomi mikro, teori preferensi konsumen menjadi bagian penting dalam memahami perilaku konsumen dan menentukan keputusan pembelian (Sahabuddin et al., 2023). Teori preferensi konsumen diperkenalkan oleh Paul Samuelson. Paul memperkenalkan teori preferensi untuk menerangkan perilaku konsumen dalam berkonsumsi tanpa harus mendekatinya melalui daya guna. Teori preferensi konsumen merupakan konsep yang menjelaskan tentang kecenderungan, pilihan, atau kesukaan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Preferensi konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman sebelumnya, informasi, iklan, dan faktor lingkungan (Febrianty et al., 2023).

Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana yang memenuhi suatu

kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran terdiri dari beberapa komponen yang saling terkait, seperti kebijakan, lembaga, alat pembayaran, dan sistem hukum (Ali, 2023). Sistem pembayaran telah mengalami perkembangan sejak awal abad ke-20. Pertama, sistem pembayaran berkembang di negara-negara berkembang dengan menggunakan teknologi elektronik dan kemajuan komputer. Sistem pembayaran dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu sistem pembayaran bernilai besar (*Large Value Payment System*) dan sistem pembayaran retail (*Retail Payment System*) (Safitri, 2022). Sistem pembayaran memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi tunai (cash) dan transaksi non-tunai (non-cash) dengan menggunakan alat pembayaran seperti uang kartal, kartu kredit, kartu ATM/debit, dan *e-wallet/e-money*. Dalam sistem pembayaran, berbagai lembaga terkait seperti bank, pasar modal, jasa jaringan komunikasi, dan pembukaan kartu kredit atau *paylater*. Penggunaan sistem pembayaran elektronik meningkatkan resiko pada perekonomian dan sistem pembayaran, seperti peningkatan risiko *default* pada instrumen kartu kredit dan kartu pasca bayar (Sari, 2023).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berlebihan, melakukan pembelian barang yang tidak logis dan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Wahyudi (2013) menjelaskan dalam Wahyuni et al. (2019) bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku pribadi tanpa pertimbangan dan penalaran yang matang. Ini lebih tentang keberadaan komponen surealis, kebutuhan kompulsif untuk memiliki barang-barang mewah dan mewah, dan gagasan bahwa barang yang paling mahal hanyalah kepuasan kebutuhan yang menyenangkan. Menurut pandangan berbeda yang dianut Sumartono, terlibat dalam perilaku konsumtif didefinisikan sebagai memanfaatkan barang karena keinginan irasional daripada alasan rasional. Dalam Lestarina et al. (2017), sebagaimana dikutip dalam Muhajidin & Astuti (2020), mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pembelian barang berulang dengan maksud memuaskan keinginan daripada persyaratan untuk mengkonsumsi uang dalam jumlah berlebihan. Lestarina juga membahas bagaimana pilihan gaya hidup membentuk perilaku konsumen, yang merupakan hasil dari manufaktur massal komoditas.

Riba

Kata "riba" berasal dari bahasa Arab yang berarti "tambahan", yang mengacu pada pembayaran tambahan yang dilakukan pada pokok pinjaman. Riba adalah faktor lain yang menjadi kebutuhan dalam urusan perusahaan tanpa kesetaraan, menurut pemikir Hanafi (Ibrahim, 2022). Menurut ulama mazhab Syafi'i, riba didefinisikan sebagai "Perjanjian kompensasi tertentu yang kesamaannya tidak diketahui menurut syariah pada saat kontrak atau

dengan keterlambatan salah satu atau kedua aset yang dipertukarkan" (atau kombinasi keduanya) (Sarwat, 2019). Mengacu pada apa yang telah dikemukakan di atas, riba dapat diartikan sebagai praktik mewajibkan pembayaran tambahan dalam transaksi pinjam meminjam, jual beli, yang bertentangan dengan prinsip syariah, berdasarkan berbagai definisi yang diberikan di atas, meskipun terdapat beberapa perbedaan pada masing-masing definisi. Pertukaran barang serupa dengan jumlah atau dosis yang bervariasi dikenal sebagai riba fadl. Barang yang dipertukarkan termasuk dalam kategori barang ribawi. Menurut hadits Ubadah bin Shamit, ketika seseorang menukar emas, itu harus dengan emas yang sepadan dalam berat dan bentuk, dan perak dengan perak yang harus diserahkan secara langsung. Selain itu, ada Riba Nasi'ah, yang merupakan larangan pengiriman atau menerima jenis produk ribawi tertentu dalam kombinasi dengan barang-barang ribawi lainnya. Perbedaan, modifikasi, atau penambahan antara apa yang diberikan sekarang dan apa yang diberikan kemudian melahirkan riba nasi'ah.

Utang

Utang pada dasarnya ialah suatu modal yang berasal dari luar, yang mana bersifat sementara, dan wajib dibayar kembali oleh perusahaan yang bersangkutan. Alam et al, (2020) mendefinisikan utang sebagai seluruh komitmen keuangan perusahaan yang belum dibayar kepada pihak ketiga, dimana utang ini berfungsi sebagai sumber pendapatan atau modal usaha dari kreditur. Utang adalah pertukaran keuntungan saat ini dengan potensi konsekuensi ekonomi di masa depan. Saat memilih menggunakan utang, tentu harus memperhitungkan biaya tetap yang timbul dari utang, khususnya berupa bunga utang yang meningkatkan leverage keuangan. Hal ini membawa kita pada kesimpulan bahwa utang ialah kewajiban finansial yang harus dibayar kembali kepada pihak yang memberikan pinjaman pada waktu yang tepat dalam bentuk uang tunai, produk, atau jasa (Sulistiyani et al, 2021). Hukum Islam mengharuskan semua kewajiban dan utang dibayar. Hal ini menunjukkan bahwa sama dengan merampok sekaligus menghilangkan secara paksa hak dan harta benda pemberi pinjaman. Karena seharusnya hak dan harta yang dipinjamkan itu sudah menjadi milik atau dikembalikan kepada yang meminjamkan uang, maka tidak menutup kemungkinan seseorang akan dituduh lalai dan merugikan orang lain karena tidak mampu membayar kewajibannya (Alamsyah et al, 2020).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merujuk pada pemahaman individu terhadap konsep keuangan dan kemampuan mereka untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam mengambil keputusan keuangan yang cerdas (Rahmawati et al., 2022). Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang solid memiliki kapasitas untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana, mengelola

risiko finansial, menabung untuk masa depan, dan mengelola utang dengan cermat. Literasi keuangan penting karena membantu individu menghindari kesalahan finansial yang dapat mengarah pada masalah keuangan jangka panjang, seperti hutang berlebihan, kebangkrutan, atau kesulitan keuangan lainnya. Pendidikan literasi keuangan melibatkan pembelajaran konsep-konsep keuangan dasar, pengembangan keterampilan pengelolaan uang, pemahaman tentang investasi dan risiko, serta pengetahuan tentang produk keuangan yang berbeda (Mellisa et al., 2023).

Religiusitas

Religiusitas merujuk pada tingkat keberagamaan atau intensitas keyakinan dan praktik agama seseorang. Religiusitas adalah dimensi kompleks dari identitas manusia dan dapat berbeda-beda antara individu-individu, bahkan dalam komunitas yang memiliki keyakinan agama yang sama (Abrina, 2022). Religiusitas mencakup ketaatan terhadap kewajiban ibadah, termasuk shalat, puasa, zakat, dan haji. Seseorang yang religius dalam Islam akan menjalankan ibadah-ibadah ini dengan penuh keikhlasan dan ketekunan. Religiusitas melibatkan peningkatan pengetahuan agama dan pemahaman terhadap ajaran Islam. Studi tentang Al-Qur'an, Hadis, dan ilmu-ilmu agama lainnya merupakan bagian integral dari meningkatkan religiusitas seseorang. Seorang muslim religius akan memiliki sikap sabar dalam menghadapi cobaan dan kesulitan dalam hidupnya, serta memiliki kepercayaan penuh (tawakal) kepada kehendak Allah dalam segala hal (Amini et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Priadana et al. (2021) menjelaskan bahwa pandangan dunia positivis mendukung metodologi penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis populasi dan sampel penelitian. Penelitian yang menampilkan data sebagai angka sebagai konsekuensi dari penyelidikan dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menyelidiki keadaan peristiwa saat ini, kelompok manusia, item, situasi, atau pemikiran. Untuk membuat deskripsi atau deskripsi fenomena yang metodis, faktual, dan tepat yang sudah ada, metode deskriptif digunakan (Fitriyah et al., 2021). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan variabel karena didukung oleh data numerik yang berasal dari situasi dunia nyata.

Teknik Pengumpulan Data

Alur penelitian adalah peneliti melakukan survei atau pengamatan kemudian melakukan penyebaran angket ke responden melalui *Google Form*. Sumber data yang

digunakan pada penelitian ini adalah sumber data yang diambil dari kuesioner. Kriteria responden kuesioner tersebut terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan Tahun 2020-2022 yang menggunakan Shopee *PayLater* dan beragama Islam dengan prasangka bahwa mahasiswa tersebut telah mengerti perilaku konsumsi dalam Islam. Jumlah populasi responden minimal sebesar 50 responden. Tujuan dari kuesioner dengan responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yaitu untuk memperoleh data mengenai pemahaman, literasi keuangan, dan religiusitas dalam utang dan riba melalui perilaku konsumtif terhadap penggunaan Shopee *Paylater*. Alasan dipilihnya Mahasiswa FEB UB karena pada saat ini generasi millennial khususnya pada rentang usia 19-34 tahun, banyak sekali orang terjerat kasus pinjaman online khususnya mahasiswa yang marak terjadi di beberapa kota. Kota Malang merupakan tempat yang ideal sebagai tempat berbelanja secara konsumtif yang dapat mengakibatkan banyak mahasiswa bersedia mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan kepuasan tersebut. Mahasiswa FEB UB merupakan salah satu contoh dari sekian banyaknya mahasiswa lain yang dipilih karena dari pengamatan peneliti, perilaku gaya hidup mereka rata-rata menganut hedonisme sehingga akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka. Sumber data lainnya yaitu sumber data sekunder didapatkan dari jurnal maupun sumber terkait dengan topik penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang terdiri dari tiga program studi, yakni Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Ekonomi. Total responden mencakup 50 responden yang terdiri dari mahasiswa/i aktif FEB UB angkatan 2020-2023. Jumlah responden tersebut memenuhi dari teknik roscoe yang menyatakan jika analisis regresi atau korelasi digunakan dalam penelitian, maka ukuran sampel harus minimal 10 kali variabel. Pengambilan 50 responden tersebut atas dasar jumlah responden yang moderat dan lebih efisien dalam mencapai tingkat representatifitas yang cukup jika populasi target tidak terlalu besar. Jumlah ini dianggap mencukupi untuk merepresentasikan mahasiswa. Selain itu juga terdapat keterbatasan pengguna Shopee *Paylater* sehingga penelitian dengan jumlah 50 responden sudah mewakili dari jumlah keseluruhan pengguna Shopee *Paylater*. Secara keseluruhan, informasi karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Karakteristik Responden

Informasi	Jumlah	Presentase (%)
Total Responden	50	100%
Jurusan	Akuntansi	13 23,2%
	Manajemen	4 7,1%
	Ilmu Ekonomi	39 69,6%
Angkatan	2020	32 57,1%
	2021	17 30,4%
	2022	4 7,1%
	2023	3 5,4%
Pendapatan Perbulan	< Rp. 1.000.000	
	Rp. 1.000.000 – Rp. 1.499.999	15 26,%
	Rp. 1.500.000 – Rp. 1.999.999	14 25%
	Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000	7 12,5%
	> Rp. 2.500.000	6 10,7%

Berdasarkan hasil uji statistik, dengan melibatkan sampel sebanyak 50 responden dalam proses pengolahan data dan untuk memastikan keabsahan penelitian, hasil uji statistik ini dijabarkan secara rinci melalui penggunaan aplikasi SPSS versi 25 sebagai berikut.

Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel .2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Signifikan	□	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,795	0,2787	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,760	0,2787	0,000	0,05	Valid
	Y.3	0,767	0,2787	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,710	0,2787	0,000	0,05	Valid
Utang (X ₁)	X1.1	0,778	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,822	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,409	0,2787	0,003	0,05	Valid
	X1.4	0,582	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,788	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,815	0,2787	0,000	0,05	Valid
Riba (X ₂)	X2.1	0,576	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,628	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,546	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,819	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,776	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X2.6	0,726	0,2787	0,000	0,05	Valid
Literasi Keuangan (X ₃)	X3.1	0,824	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,859	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X3.3	0,694	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X3.4	0,589	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X3.5	0,825	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X3.6	0,811	0,2787	0,000	0,05	Valid
Religiusitas (X ₄)	X4.1	0,411	0,2787	0,003	0,05	Valid
	X4.2	0,773	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X4.3	0,780	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X4.4	0,635	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X4.5	0,798	0,2787	0,000	0,05	Valid
	X4.6	0,825	0,2787	0,000	0,05	Valid

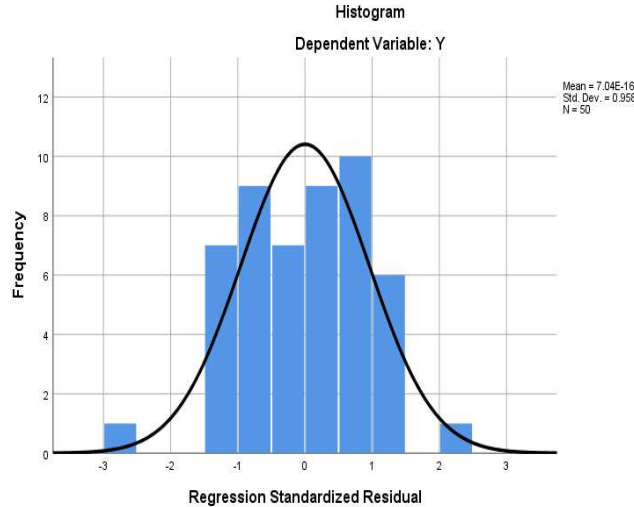
Jika variabel dalam kuesioner dapat memberikan informasi yang akan dinilai untuk variabel keputusan, tanggapan responden dianggap sah. Variabel dianggap sah jika nilai r dihitung $>$ dari tabel r atau nilai signifikan $< 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan semua variabel pernyataan memiliki nilai r yang dihitung $>$ tabel r atau signifikan $< 0,05$, menurut temuan uji validitas tabel .2, yang menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan adalah valid.

Tabel.3 Hasil Uji Reabilitas

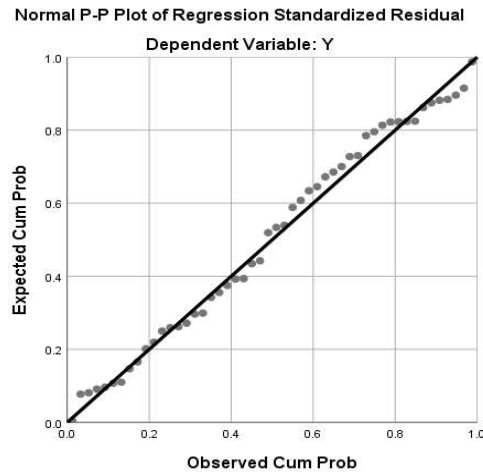
Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0,753	0,60	Reliabel
Utang (X ₁)	0,784	0,60	Reliabel
Riba (X ₂)	0,767	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₃)	0,857	0,60	Reliabel
Religiusitas (X ₄)	0,812	0,60	Reliabel

Apabila responden memberikan tanggapan yang konsisten atau tetap sepanjang waktu, maka kuesioner dianggap dapat diandalkan. Jika setiap variabel dalam kuesioner memiliki koefisien Alfa Cronbach lebih besar dari 0,60, kuesioner dianggap dapat dipercaya. Hasil penelitian variabel menunjukkan nilai *Alfa Cronbach* $> 0,60$, sesuai dengan hasil uji reliabilitas pada tabel.3, menandakan bahwa semua data dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 1 Hasil Grafik Histogram



Gambar 2 Hasil Normal P-P Plot of Regression Standardized

Tujuan dari grafik histogram ini adalah untuk mengetahui residu memiliki distribusi normal atau tidak. Terbukti dari histogram grafik 1 bahwa data didistribusikan secara seragam ke kanan dan kiri, mengambil bentuk kurva normal. Titik-titik pada Plot P-P Normal dari grafik Residual Standar Regresi menunjukkan pola diagonal. Karena kedua grafik memenuhi persyaratan normal, adalah mungkin untuk menyimpulkan bahwa model regresi residual berdistribusi normal dan bahwa analisis lebih lanjut dapat dilakukan.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2380.78072730
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.056
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Nilai sisa dari model regresi yang memadai seharusnya tersebar secara merata. Tujuan uji ini adalah untuk menentukan nilai sisa yang sedang dianalisis memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi nilai sisa menunjukkan pola yang teratur, sebagaimana diindikasikan oleh hasil uji normalitas pada tabel 4 dengan nilai signifikan sebesar $0,200 > 0,05$.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	X1	.963	1.038
	X2	.804	1.244
	X3	.866	1.155
	X4	.850	1.176

a. Dependent Variable: Y

Pengujian ini menentukan variabel independen dalam model regresi menunjukkan korelasi atau tidak. Kriteria menyebutkan bahwa adanya multikolinearitas akan terjadi apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) melebihi 10, sementara multikolinearitas tidak terjadi jika nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada Tabel 4.5, bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , yang dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-21.951	1378.665		-.016	.987
X1	.002	.052	.005	.035	.972
X2	.054	.056	.154	.954	.345
X3	.028	.049	.090	.580	.565
X4	.022	.058	.061	.389	.699

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah varians residu antar pengamatan tidak seragam dalam model regresi. Jika hasilnya tidak signifikan (p-value lebih dari 0,05), maka tanda-tanda heteroskedastisitas tidak terdeteksi. Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai signifikan yang lebih tinggi dari 0,05, yang menandakan absennya indikasi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Persamaan Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6392.835	2579.096		2.479	.017
X1	.390	.097	.505	4.036	.000
X2	.120	.106	.156	1.136	.262
X3	-.202	.091	-.292	-2.215	.032
X4	.094	.108	.116	.873	.387

a. Dependent Variable: Y

Analisis regresi linier berganda dimanfaatkan untuk mengukur keterkaitan antar variabel yang diasumsikan memiliki hubungan linier. Artinya, perubahan yang ada di dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh perubahan linier dalam variabel independen. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut.

$$Y = 6392,835 + 0,390 X_1 + 0,120 X_2 - 0,202 X_3 + 0,094 X_4$$

- a. Nilai variabel dependen adalah 6392,835 jika variabel independen adalah 0 (konstan), seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien konstan 6392,835.
- b. Nilai koefisien regresi variabel X_1 bernilai positif sebesar 0,390, maka variabel Y akan naik seiring dengan peningkatan variabel X_1 , dan sebaliknya.
- c. Nilai koefisien regresi variabel X_2 bernilai positif sebesar 0,120, maka variabel Y akan naik seiring dengan peningkatan variabel X_2 , dan sebaliknya.
- d. Nilai koefisien regresi variabel X_3 bernilai negatif sebesar -0,202, maka variabel Y akan turun seiring dengan peningkatan variabel X_3 , dan sebaliknya.
- e. Nilai koefisien regresi variabel X_4 bernilai positif sebesar 0,094, maka variabel Y akan naik seiring dengan peningkatan variabel X_4 , dan sebaliknya.

Analisis Hasil Uji t

Secara spesifik, setiap variabel independen memiliki koefisien regresi yang mengukur seberapa besar perubahan dalam variabel dependen yang terkait dengan satu unit perubahan dalam variabel independen tersebut, dengan tetap mempertahankan variabel independen lainnya. Uji t menilai apakah koefisien regresi suatu variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- a. Mengingat bahwa nilai signifikan variabel X_1 adalah $0,000 < 0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel X_1 secara signifikan mempengaruhi variabel Y.
- b. Mengingat bahwa nilai signifikan variabel X_2 adalah $0,262 > 0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel X_2 secara signifikan tidak mempengaruhi variabel Y.
- c. Mengingat bahwa nilai signifikan variabel X_3 adalah $0,032 < 0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel X_3 secara signifikan mempengaruhi variabel Y.
- d. Mengingat bahwa nilai signifikan variabel X_4 adalah $0,387 > 0,05$, dapat dikatakan bahwa variabel X_4 secara signifikan tidak mempengaruhi variabel Y.

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.567 ^a	.321	.261	2484.34085

a. Predictors: (Constant), X_1 , X_2 , X_3 , X_4

Koefisien determinasi menjelaskan sejauh mana kontribusi dari variabel independen dalam model regresi dapat menggambarkan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 8, nilai *Adjusted R Square* sekitar 0,261, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa dampak bersamaan dari variabel independen terhadap variabel dependen mencapai 26,1%, sedangkan 73,9% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131556504.417	4	32889126.104	5.329	.001 ^b
	Residual	277737726.703	45	6171949.482		
	Total	409294231.120	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_1 , X_2 , X_3 , X_4

Uji F dilaksanakan untuk menunjukkan apakah koefisien regresi total membawa dampak yang signifikan secara statistik. Hasil uji F pada Tabel 9 menunjukkan nilai signifikan variabel independen sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Analisis Pemahaman Utang Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t pada variabel Pemahaman Utang (X_1), sebagaimana terlihat di tabel 4.7, menunjukkan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien 0,390. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai adanya hubungan positif yang signifikan antara pemahaman utang dan perilaku konsumtif didukung oleh fakta bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Koefisien determinasi, yang mengukur seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), menghasilkan angka sebesar 0,261. Hal ini menandakan bahwa 26,1% perilaku konsumtif (Y) mahasiswa FEB Universitas Brawijaya dapat dijelaskan oleh variabel Pemahaman Utang (X_1). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_1 dapat diterima.

Dari hasil uji tersebut juga dapat disimpulkan bahwa jika terdapat peningkatan pada pemahaman utang maka berpengaruh juga pada peningkatan perilaku konsumtif. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh hasil analisis nilai koefisien yang positif dan signifikan sehingga

perilaku konsumtif akan naik seiring dengan peningkatan pemahaman utang dan sebaliknya. Berdasarkan teori konsumsi dan preferensi konsumen, diasumsikan bertujuan untuk mendapat kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya serta kecenderungannya dalam penggunaan Shopee *PayLater*. Sehingga pada perilaku konsumtif yang merujuk pada kecenderungan individu untuk menghabiskan uang pada barang-barang atau layanan-layanan konsumsi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya atau kemampuan finansial mereka, khususnya dalam pemahaman mereka terhadap penggunaan utang. Sesuai dengan teori utang dalam Islam, hukum Islam mengharuskan semua kewajiban dan utang dibayar. Ketika seseorang dengan sengaja melanggar komitmennya terhadap orang lain, maka terdapat resiko yang harus mereka jalani, terlebih ketika saat inidvidu tidak mengetahui pemahaman utang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khariunnisa et al. (2022) yang menyatakan kemudahan dalam penggunaan Shopee *PayLater* membuat kecenderungan individu dalam tingkat berhutang meningkat tanpa mengerti apa resiko yang mereka hadapi nanti sehingga tingkat pemahaman mereka terhadap utang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Damayanti et al. (2021) menegaskan kembali bahwa penggunaan Shopee *PayLater* memberikan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi Islam. Dalam penggunaan pembayaran Shopee *PayLater*, harus dapat dikendalikan dengan kesadaran untuk tidak digunakan dengan tujuan keinginan semata bukan sebagai pemenuhan kebutuhan. Beberapa hadis dan ayat Al-Quran menekankan pentingnya untuk menghindari utang yang tidak perlu dan memberikan peringatan tentang risiko utang yang berlebihan. Pemahaman terhadap utang perlu ditingkatkan dengan pendidikan keuangan Islam dapat membantu mahasiswa memahami batasan dan prinsip-prinsip yang harus diikuti dalam pengelolaan keuangan mereka.

Analisis Pemahaman Riba Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t pada variabel Pemahaman Riba (X_2), sebagaimana terlihat di tabel 4.7, menunjukkan signifikansi sebesar $0,262 > 0,05$ dengan koefisien 0,120. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai adanya hubungan positif yang tidak signifikan antara pemahaman riba dan perilaku konsumtif didukung oleh fakta bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Koefisien determinasi, yang mengukur seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), menghasilkan angka sebesar 0,261. Hal ini menandakan bahwa 26,1% perilaku konsumtif (Y) mahasiswa FEB Universitas Brawijaya dapat dijelaskan oleh variabel Pemahaman Riba (X_2). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H2 tidak dapat diterima.

Dari hasil uji tersebut juga dapat disimpulkan bahwa jika terdapat peningkatan maupun penurunan pada pemahaman riba maka tidak berpengaruh pada peningkatan perilaku

konsumtif. Hal tersebut dipengaruhi oleh hasil analisis nilai yang tidak signifikan sehingga tidak akan mempengaruhi perilaku konsumtif seiring dengan peningkatan pemahaman riba dan sebaliknya. Penelitian ini mendukung teori riba, dalam keuangan modern, dianggap sebagai praktik yang tidak diperbolehkan (haram) dalam Islam, pemahaman ini ditegaskan dalam sumber Al-Qur'an dan hadist. Perlu diingat seperti dalam teori konsumsi Islam bahwa tujuan konsumsi Islam harus mencakup pemenuhan materi dan akhirat. Dalam ajaran Islam, riba dianggap sebagai tindakan yang dilarang, dan larangan ini diuraikan dengan jelas dalam Al-Quran dan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW. Meskipun kesadaran akan larangan riba telah tersebar luas di kalangan umat Islam, terkadang masih ada individu yang memilih untuk menggunakan praktik ini.

Walaupun pemahaman tentang riba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti bahwa ada kemungkinan responden belum sepenuhnya memahami bagaimana riba keterlambatan beroperasi dalam Shopee *PayLater*, temuan ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Aftika et al. (2022), Sindarsari (2022), Tiawan et al. (2023), dan Utami et al. (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee *PayLater* berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini didasarkan pada kurangnya pengetahuan dan pemahaman pengguna terhadap riba dalam Shopee *PayLater*, terutama pada riba keterlambatan.

Analisis Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t pada variabel Literasi Keuangan (X_3), sebagaimana terlihat di tabel 4.7, menunjukkan signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$ dengan koefisien $-0,202$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai adanya hubungan negatif yang signifikan antara literasi keuangan dan derajat perilaku konsumtif didukung oleh fakta bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar $0,05$. Koefisien determinasi, yang mengukur seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), menghasilkan angka sebesar $0,261$. Hal ini menandakan bahwa $26,1\%$ perilaku konsumtif (Y) mahasiswa FEB Universitas Brawijaya dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan (X_3). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_3 dapat diterima.

Dari hasil uji tersebut juga dapat disimpulkan bahwa jika terdapat penurunan pada literasi keuangan maka berpengaruh juga pada peningkatan perilaku konsumtif. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh hasil analisis nilai koefisien yang negatif dan signifikan sehingga perilaku konsumtif akan menurun seiring dengan peningkatan literasi keuangan dan sebaliknya. Penelitian ini mendukung teori dalam literasi keuangan yang melibatkan pengertian terhadap konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan anggaran, investasi, utang,

dan pemahaman tentang instrumen keuangan. Individu dengan literasi keuangan yang kuat umumnya membuat keputusan keuangan yang cerdas, terutama mereka yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi cenderung memiliki tingkat utang yang rendah.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Mellisa et al. (2022) dan Rahmawati (2022) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berhubungan dengan perilaku konsumtif. Mayoritas individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku konsumtif yang terkendali dan menerapkan prioritas dalam membeli barang.

Analisis Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t pada variabel Religiusitas (X_4), sebagaimana terlihat di tabel 7, menunjukkan signifikansi sebesar $0,387 > 0,05$ dengan koefisien 0,094. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai adanya hubungan positif yang tidak signifikan antara religiusitas dan perilaku konsumtif didukung oleh fakta bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Koefisien determinasi, yang mengukur seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), menghasilkan angka sebesar 0,261. Hal ini menandakan bahwa 26,1% perilaku konsumtif (Y) mahasiswa FEB Universitas Brawijaya dapat dijelaskan oleh variabel Religiusitas (X_4). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_4 tidak dapat diterima.

Dari hasil uji tersebut juga dapat disimpulkan bahwa jika terdapat peningkatan maupun penurunan pada religiusitas maka tidak berpengaruh pada peningkatan perilaku konsumtif. Hal tersebut dipengaruhi oleh hasil analisis nilai yang tidak signifikan sehingga tidak akan mempengaruhi perilaku konsumtif seiring dengan peningkatan religiusitas dan sebaliknya. Berdasarkan teori religiusitas merujuk pada tingkat keberagamaan atau intensitas keyakinan dan praktik agama seseorang. Religiusitas adalah dimensi kompleks dari identitas manusia dan dapat berbeda-beda antara individu-individu, bahkan dalam komunitas yang memiliki keyakinan agama yang sama.

Tingkat religiusitas tidak memiliki dampak signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif individu. Individu dengan tingkat religiusitas yang belum tinggi cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap dorongan konsumtif, mungkin lebih fokus pada nilai-nilai spiritual dan moral dalam pengambilan keputusan konsumsi. Meskipun demikian, temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Rahmat et al. (2020), yang menunjukkan hasil negatif signifikan. Penelitian ini tidak menemukan pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga kemungkinan besar tidak ada indikasi penerapan religiusitas dalam perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis pemahaman utang terhadap perilaku konsumtif menunjukkan adanya peningkatan dalam setiap variabelnya. Dengan kata lain, adanya nilai koefisien regresi positif dan signifikan menunjukkan bahwa perubahan dalam variabel pemahaman utang dapat diikuti oleh perubahan searah dalam perilaku konsumtif. Variabel tersebut dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa semakin tinggi pemahaman utang, semakin besar kemungkinan perilaku konsumtif akan meningkat, dan sebaliknya. Dari pemahaman riba terhadap perilaku konsumtif, kita mengetahui bahwa keterlibatan dalam praktik riba cenderung tidak memberikan pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga menunjukkan bahwa kenaikan atau penurunan dalam pemahaman riba tidak akan berpengaruh dalam perilaku konsumtif seseorang. Begitu juga dengan hubungan religiusitas terhadap perilaku konsumtif dapat diinterpretasikan bahwa adanya peningkatan maupun penurunan tingkat religiusitas tidak berpengaruh dengan peningkatan nilai perilaku konsumtif. Analisis pada literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berpengaruh negatif signifikan berarti adanya hubungan erat antara tingkat literasi keuangan individu dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah nilai perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, sehingga ketika literasi keuangan meningkat, perilaku konsumtif cenderung menurun dan begitu juga sebaliknya.

Analisis perilaku konsumtif berdasarkan pengaruh konsumsi Islam pada mahasiswa FEB Universitas Brawijaya dapat memberikan kontribusi penelitian yang bisa menambah wawasan tentang penggunaan *Shopee PayLater* dapat berpengaruh pada pemahaman utang, pemahaman riba, literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Selain itu juga dapat digunakan oleh instansi pendidikan maupun pemerintahan dalam mengendalikan perilaku konsumtif serta penggunaan *paylater* dan menjadi landasan bagi program-program pembinaan spiritual dan etika di kampus untuk meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan keuangan dan konsumsi. Namun diperlukannya penelitian lebih lanjut berupa observasi terhadap ruang lingkup yang lebih besar seperti pada daerah tingkat provinsi hingga nasional serta perlu juga melakukan sebuah wawancara terhadap responden terkait alasan mereka sehingga dapat diketahui pengaruh perilaku konsumtif yang diakibatkan oleh *Shopee PayLater* sebagai alat pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrina, N. A. (2022). *Analisis Sistem Shopee Paylater Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa IAIN Bengkulu Angkatan 2018)*. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Aftika, S., Hanif, & Devi, Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee *paylater* “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 81-100.
- Alamsyah, M. H., Ramadhani, F., & Azizah, N. (2020). Tinjauan Utang Negara dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(1), 62-81.
- Ali, M. R. (2023). *Perbandingan Pengaruh Fasilitas Pembayaran Shopee Pay dengan Shopee PAYLATER Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Wilcoxon Signed Test*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 359-372.
- Amir, H., Ibrahim, E. K., Zaidah, G. R., & Harison, F. R. (2022). Perbandingan Konsumsi Dalam Islam dan Konvensional. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah*, 6(2), 1-5.
- Damayanti, F. D. W. & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee *pay Later* Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1905-1915.
- Febrianty, D. A. P., & Saleh, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 1-9.
- Fitriyah, Z., Irsalina, S., & Widodo, E. (2021). Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap IPM Menggunakan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika*, 2(3), 282-291.
- Ibrahim, Y. (2022). Bank Syariah dan Bank Konvensional:(Suatu Analisis Perbedaan dan Prinsip-Prinsipnya). *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 11(1), 1-15.
- Mellisa & Rosmida (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Penjualan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater*. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 41-51.
- Muhajidin, A. & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 143-150.
- Muhammad. (2016). *Ekonomi Mikro Islam*. BPFE, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rahayu, T., & Aenina, S. (2021). Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shoope Pay Later Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1-15.
- Rahima, P. (2022). Pengaruh Fitur Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 39-50.
- Rahmat, A., Asyari, & Puteri, H. E. (2020) Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap

- Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39-55.
- Rahmawati, G. & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, 3.
- Safitri, N. R. (2022). *Sistem Shopee Paylater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. UIN KH Achmad Siddiq Jember.
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Natalia, S., Astina, L., & Anafani, S. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 8(2).
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sarwat, A. (2019). Qiyas Sumber Hukum Syariah Keempat.
- Sindarsari, R. P. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Pemahaman Tentang Riba Terhadap Keputusan Transaksi Tunda Bayar Shopee *Paylater* Pada Marketplace Shopee. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Utomo, T. B. (2022). Teori Konsumsi Dalam Islam. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548-559.