

***SHARIA FINANCIAL LITERACY AND RELIGIOUSNESS ON CONSUMPTIVE
BEHAVIOR OF GENERATION Z STUDENTS WITH
MEDIATION VARIABLES FOR PAYLATER USE***

**LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GENERASI Z DENGAN
VARIABEL MEDIASI PENGGUNAAN *PAYLATER***

Clarisa Khotimatul Fitriyah¹, Rizky Nur Ayuningtyas Putri²,

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Raden Mas Said Surakarta^{1,2}

khotimatulclarisa@gmail.com¹, rizky.nayuputri@iain-surakarta.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of Sharia financial literacy and religiosity level on consumptive behavior, with the use of paylater as a mediating variable, among undergraduate students at UIN Raden Mas Said Surakarta. The purpose sampling method was employed in sample selection, with the Slovin model used to determine the sample size, which consisted of 100 students. Data analysis utilized Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS 3. The results indicate that Sharia financial literacy significantly affects consumptive behavior and the use of paylater. However, religiosity level does not significantly affect consumptive behavior and the use of paylater. On the other hand, the use of paylater significantly influences students' consumptive behavior. These findings highlight the importance of Sharia financial literacy in managing financial behavior, while religiosity level does not fully determine this aspect. Furthermore, the use of paylater can exacerbate consumptive behavior, indicating the need for better understanding of the financial implications of this payment option.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Religiosity, Consumptive Behavior, Paylater Usage.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan syariah dan tingkat religiusitas terhadap perilaku konsumtif, dengan penggunaan paylater sebagai variabel mediasi, di antara mahasiswa S1 UIN Raden Mas Said Surakarta. Metode purpose sampling digunakan dalam pengambilan sampel dengan model slovin untuk menentukan jumlah sampel, yang berjumlah 100 mahasiswa. Analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan paylater. Namun, tingkat religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan paylater. Di sisi lain, penggunaan paylater secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Penemuan ini menyoroti pentingnya literasi keuangan syariah dalam mengelola perilaku keuangan, sementara tingkat religiusitas tidak sepenuhnya menjadi faktor penentu dalam hal ini. Terlebih lagi, penggunaan paylater dapat menjadi faktor yang memperkuat perilaku konsumtif, menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih baik tentang implikasi keuangan dari opsi pembayaran tersebut.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Perilaku Konsumtif, Penggunaan *Paylater*.

PENDAHULUAN

Dalam zaman digital yang sedang berlangsung, teknologi telah menjadi elemen yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, sebagian besar aktivitas sehari-hari manusia kini sangat tergantung pada pemanfaatan teknologi ini. Kemajuan

dalam teknologi digital telah menghasilkan berbagai inovasi baru, baik dalam hal perangkat keras, perangkat lunak, maupun infrastruktur pendukungnya. Kemajuan ini tercermin dari penggunaan gadget dan internet yang semakin meluas, didukung oleh keberadaan aplikasi-aplikasi canggih (S. D. Putri & Mulatsih, 2022). Kehadiran

inovasi teknologi baru seperti Marketplace dan E-Commerce telah mempengaruhi dinamika ekonomi. Di Indonesia, berbagai perusahaan menawarkan platform dengan kelebihan yang berbeda-beda. Fenomena ini telah mengubah pola perilaku masyarakat, mendorong mereka untuk mengadopsi transaksi belanja secara online. Seiring dengan perkembangan tersebut, Financial Technology juga mengalami kemajuan signifikan di Indonesia, terutama dalam hal sistem pembayaran. Salah satu jenis fintech yang semakin populer adalah paylater (Utami et al., 2023).

Prinsip dasar dari paylater adalah "Beli Sekarang, Bayar Nanti," di mana pengguna diberikan akses ke sejumlah dana oleh pihak ketiga dengan batasan kredit tertentu untuk melakukan transaksi. Fitur ini memungkinkan individu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, seperti berbelanja dan bepergian, tanpa harus membayar sejumlah uang di muka. Hal ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat, karena mereka dapat menikmati barang atau layanan tanpa harus segera mengeluarkan uang tunai (Safitri, 2022). Paylater merupakan sebuah fitur yang mempermudah proses jual beli bagi masyarakat, di mana mereka dapat melakukan transaksi kapanpun diperlukan tanpa harus membayar langsung. Namun, meskipun memberikan kemudahan ini, beberapa individu cenderung menunjukkan perilaku yang berlebihan dalam menggunakan layanan ini, yang pada akhirnya dapat mengarah pada perilaku konsumtif.

Polanya perilaku konsumsi masyarakat telah mengalami perkembangan dari pemenuhan kebutuhan primer, seperti makanan dan tempat tinggal, menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, seperti pakaian dan hiburan. Bahkan, pemenuhan kebutuhan tersier dan komplementer yang bersifat lebih konsumtif cenderung semakin

menjadi bagian dari pola konsumsi. Dalam konteks penggunaan paylater, kemampuan untuk membeli barang atau layanan tanpa perlu membayar segera dapat mendorong individu untuk mengambil keputusan pembelian yang lebih impulsif dan cenderung berlebihan. Ketika penggunaan paylater digunakan secara bertanggung jawab, fitur ini memang memberikan kenyamanan yang besar dalam bertransaksi. Namun, penting bagi individu untuk tetap mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka secara bijak, serta untuk menghindari jatuh ke dalam pola perilaku konsumtif yang dapat merugikan secara finansial pada akhirnya (Asisi & Purwanto, 2020). Di bawah ini adalah data penggunaan paylater di Indonesia tahun 2021-2023:



Gambar 1. Data Penggunaan Paylater

Sumber: (Kredivo & Center, 2023)

Gambar tersebut menggambarkan peningkatan yang signifikan dalam durasi penggunaan paylater di antara konsumen yang telah memanfaatkan layanan ini selama lebih dari satu tahun, naik dari 55,9% menjadi 78,6%. Data ini mengindikasikan bahwa semakin banyak konsumen yang merasa nyaman menggunakan paylater sebagai opsi pembayaran. Selain itu, proporsi penggunaan paylater oleh konsumen yang telah memanfaatkannya lebih dari sekali dalam satu bulan juga mengalami peningkatan menjadi 39,9%, meningkat dari 27,0% pada tahun sebelumnya. Perilaku konsumtif tidak lagi hanya dipicu oleh kebutuhan sehari-hari, melainkan juga oleh dorongan untuk mencari sensasi, tantangan, kegembiraan, interaksi sosial, dan sebagai bentuk penghilang stres (Chita et al., 2015). Fenomena ini tidak hanya

menjadi ancaman bagi orang dewasa, tetapi juga bagi generasi muda, terutama generasi Z. Menurut Badan Pusat Statistik, generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012, kini merupakan mayoritas populasi di Indonesia. Pada tahap kehidupan ini, pola konsumsi seseorang mulai terbentuk. Masa ini adalah masa transisi dan pencarian jati diri yang melibatkan pembentukan pola perilaku individu (Asisi & Purwanto, 2020). Mahasiswa generasi Z memiliki keinginan untuk diterima dan diakui oleh teman sebaya serta lingkungannya dengan mengikuti berbagai trend yang ada. Hal ini merupakan hal yang wajar apabila dilakukan secukupnya, namun dapat berakibat negatif jika dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan di masa mendatang (Khoiriyah, 2021). Sayangnya, perilaku konsumtif telah menjadi hal yang lazim di kalangan mahasiswa dan sulit untuk dihilangkan. Apabila perilaku ini dibiarkan akan merugikan dan dapat membahayakan keuangan mahasiswa. Salah satu cara untuk bisa menahan diri dari sikap konsumtif yaitu dengan meningkatkan literasi keuangannya.

Literasi keuangan memegang peranan penting dalam memberikan kemampuan kepada mahasiswa untuk membuat keputusan yang cerdas dan efektif terkait dengan keuangan dan sumber daya ekonomi mereka (Sugiharti & Maula, 2019). Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah mungkin mengalami kesulitan dalam meningkatkan kualitas hidup mereka, terutama karena internet telah menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Untuk dapat memperbaiki perilaku keuangan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, mahasiswa perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Rafidah et al., (2022) menemukan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap perilaku

konsumtif, menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih terkendali. Namun, studi yang dilakukan oleh Sofyan (2023) menunjukkan temuan yang berbeda, dimana dia menyatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan pengetahuan yang cukup tentang keuangan syariah di kalangan individu.

Perilaku konsumtif mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas, karena religiusitas memberikan perspektif hidup yang dapat memengaruhi karakter seseorang. Religiusitas juga memberikan nilai-nilai moral dalam pengeluaran dan penggunaan pendapatan, hal ini menjadikan religiusitas sebagai faktor penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa muslim (Mastura et al., 2023). Dalam islam, perilaku konsumtif yang berlebihan didefinisikan sebagai *israf*, yang dihindari karena bertentangan dengan ajaran agama. Mahasiswa muslim yang mempraktikkan agama mereka dengan baik cenderung menghindari perilaku boros yang dapat disebutkan sebagai *israf*, karena ajaran islam memberikan panduan dan batasan konsumsi yang bijak. Keyakinan agama memiliki pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif karena memberikan aturan-aturan yang menjadikan pedoman bagi perilaku manusia. Hasil penelitian oleh (Rafidah et al., 2022) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ini mungkin mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa cenderung rendah, sehingga mereka memiliki perilaku konsumtif. temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devi, 2020) yang juga menunjukkan hubungan positif antara religiusitas dan perilaku konsumtif. Namun, (Mastura et al., 2023) dan (Rahmat et al., 2020) berpendapat bahwa religiusitas tidak berdampak pada perilaku konsumtif. Ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat religiusitas

yang kuat dan benar cenderung tidak mempengaruhi adanya perilaku konsumtif dalam dirinya. Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan variasi dalam tingkat religiusitas dan pemahaman agama saat mengevaluasi dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dapat dilihat bahwa hasil penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan dalam pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat menimbulkan adanya *research gap* pada penelitian karena terdapat kesenjangan atau ketidakkonsistenan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali apakah penambahan variabel penggunaan *paylater* sebagai variabel mediasi dapat memperkuat hubungan dari literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini fokus pada generasi Z, khususnya mahasiswa, karena mereka merupakan generasi yang tumbuh bersama dengan perkembangan teknologi serta memiliki peran penting dalam memberikan contoh dalam tindakan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa, dengan tujuan agar mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menghindari perilaku yang dapat merugikan mereka secara finansial.

Menurut Arianti, (2021) literasi keuangan sangat terkait dengan manajemen keuangan. Literasi keuangan yang lebih tinggi berhubungan dengan manajemen keuangan yang lebih baik. Kegiatan perencanaan, pengelolaan dan pengendalian keuangan yang efektif sangat penting untuk mencapai kesejahteraan finansial. Individu dengan pemahaman yang kuat tentang keuangan syariah dapat mengelola keuangan mereka secara lebih efektif dengan memprioritaskan dan mengalokasikan dana mereka untuk kebutuhan di masa

depan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yudasella & Krisnawati, 2019), (Izazi et al., 2020), (Rakhman & Pertiwi, 2023), (L. Rahmawati & Putri, 2023) dan (Maulida et al., 2023) mengindikasikan bahwa individu yang memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan konsumsi yang rasional sehingga mengurangi risiko salah urus keuangan dan perilaku konsumtif.

H1: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Seseorang dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung menghindari tindakan yang dilarang oleh agamanya, seperti membeli dan mengonsumsi barang secara berlebihan. Hal ini dikarenakan agama mereka melarang perbuatan yang berlebihan dan kegiatan tersebut cenderung merugikan. Dapat diartikan bahwa individu dengan religiusitas yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang rendah karena menghindari hal-hal yang dilarang dalam agamanya. Sehingga mereka akan mempertimbangkan fungsi dari barang yang mereka beli dan konsumsi. Hal ini didukung oleh temuan (Anifah, 2020) dan (Rahmat et al., 2020) yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif.

H2: Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penggunaan *paylater* secara signifikan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Paylater* memberikan konsumen kemudahan untuk membeli barang atau jasa tanpa perlu membayar langsung, yang dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Ketika mahasiswa menggunakan *paylater*, mereka mungkin tergoda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terjangkau secara finansial. Mahasiswa tertarik dengan kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh *paylater*, sehingga menyebabkan perilaku konsumtif dan pengeluaran yang berlebihan. Menurut (Aldes, 2022), (Islami et al., 2023),

(Fauziah et al., 2023) dan (Maulida et al., 2023) paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat penggunaan paylater yang tinggi dapat menyebabkan individu terbiasa dengan perilaku berhutang yang dapat mengakibatkan perilaku konsumtif.

H3: Penggunaan *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi penggunaan *paylater*, karena tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat membantu memahami implikasi dan risiko yang terkait dengan penggunaan *paylater*, dan mempertimbangkan dengan bijak sebelum menggunakan mekanisme pembayaran tersebut. Dengan pemahaman akan prioritas pengeluaran, seseorang dapat memutuskan dengan bijak apakah penggunaan *paylater* diperlukan atau dapat ditunda. Hal ini sangat membantu untuk menghindari terjadinya pola pengeluaran yang berlebihan yang dapat dipicu oleh penggunaan *paylater*. Penting untuk mempertimbangkan dengan bijak apakah biaya tambahan dan bunga yang terkait dengan *paylater* sebanding dengan manfaat yang diperoleh dari pembelian tersebut. Penelitian oleh (Fauziah et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *paylater*.

H4: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*.

Menurut Jalaluddin, (2010), religiusitas adalah suatu aturan yang harus diikuti oleh manusia. Aturan yang dimaksud berasal dari kekuaran yang lebih tinggi yang tidak dapat dirasakan oleh pancaindera, namun memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Setiap individu memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan, seperti saat menggunakan layanan *paylater*. Dalam mengambil keputusan menggunakan *paylater*, individu harus memiliki

religiusitas sebagai panduan agar sesuai dengan ajaran agama. Penelitian oleh (M. S. Putri, 2022) dan (Hazmi, 2023) menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*.

H5: Religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*.

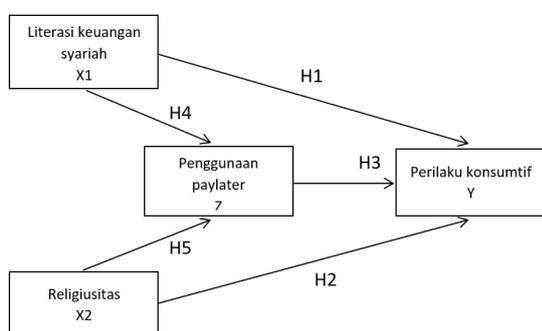
Literasi keuangan yang baik mencakup pemahaman tentang manajemen anggaran, tabungan, investasi dan membuat keputusan keuangan yang bijak. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih mungkin untuk mengelola keuangan mereka dengan baik. Penggunaan *paylater* dapat menyebabkan perilaku konsumtif jika tidak dikelola dengan bijak. Dalam konteks ini, *paylater* berperan sebagai mediasi antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. hal ini berarti bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen dapat terjadi melalui penggunaan layanan *paylater*. Jika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah dan tidak memahami implikasi dari penggunaan *paylater* atau bagaimana mengelola kewajiban pembayara di masa depan, maka dapat menyebabkan kesulitan keuangan. Hal ini berarti pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dapat terjadi melalui penggunaan layanan *paylater*. Penggunaan *paylater* yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Penelitian oleh (G. Rahmawati & Mirati, 2022) dan (Fauziah et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan negatif dengan perilaku konsumtif melalui penggunaan *paylater*.

H6: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan penggunaan *paylater* sebagai variabel mediasi

Dalam konteks penggunaan *paylater*, religiusitas dapat memainkan peran penting dalam mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan. Penting bagi setiap individu untuk mempertimbangkan keyakinan agama mereka ketika membuat keputusan. Ketika menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran untuk belanja online,

individu memiliki kebebasan untuk memilih. Ketika mengambil keputusan menggunakan *paylater*, individu harus memiliki religiusitas sebagai pedoman untuk menyelaraskan dengan ajaran agama (M. S. Putri, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh (Nurfadila & Maulida, 2023) menyatakan bahwa faktor internal perilaku konsumtif yaitu religiusitas tidak dapat mempengaruhi penggunaan *paylater*. Hal ini berarti tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam islam.

H7: religiusitas tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan penggunaan *paylater* sebagai variabel mediasi.



Gambar 2. Model Penelitian
Sumber: Data Penelitian, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data penelitian diambil dari data primer dengan menyebarkan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta yang berjumlah 18.334 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Adapun kriteria responden adalah mahasiswa yang termasuk generasi Z dengan rentang usia 11-26 tahun, serta mahasiswa yang mengetahui dan sudah pernah menggunakan metode pembayaran *paylater*.

Penelitian ini menggambarkan struktur beberapa variabel yang

digunakan pada penelitian yang dilakukan, terdiri dari dua variabel independen, yakni literasi keuangan syariah dan religiusitas, serta variabel dependen yakni perilaku konsumtif. Selain itu, terdapat variabel mediasi, yaitu penggunaan *paylater*. Variabel literasi keuangan syariah, seperti yang diukur oleh Sari (2023) melibatkan empat indikator penting, termasuk pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan berkomunikasi tentang konsep keuangan, sikap dalam pengambilan keputusan tentang pengelolaan keuangan pribadi, dan tingkat kepercayaan diri dalam merencanakan keuangan masa depan. Sementara itu, variabel religiusitas, yang diukur berdasarkan penelitian (Precila, 2023) menggabungkan agama, konsekuensi atau hasil dari keyakinan dan praktik agama tersebut. Variabel perilaku konsumtif, sesuai dengan penelitian oleh (Agustina, 2021) melibatkan delapan indikator yang mencakup berbagai aspek dari perilaku konsumen, seperti membeli produk karena insentif hadiah, daya tarik kemasan produk, keinginan untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, pertimbangan harga dalam pembelian, simbol status, pengaruh model iklan, persepsi bahwa pembelian barang mahal meningkatkan rasa percaya diri, dan kecenderungan untuk membeli lebih dari satu produk sejenis. Variabel penggunaan *paylater*, seperti yang diukur oleh (Permana et al., 2022) melibatkan empat indikator yang mencakup niat untuk menggunakan layanan *paylater*, keyakinan konsumen akan keamanan dalam menggunakan layanan *paylater*, kemajuan sistem *paylater* dalam memfasilitasi transaksi pembelian yang mendorong penggunaan *paylater*, serta pemaaman akan manfaat dari penggunaan layanan *paylater*.

Penelitian ini akan mengumpulkan data dari 100 responden menggunakan skala likert sebagai instrumen pengukuran. Data ini kemudian akan dianalisis menggunakan teknik analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang melibatkan pemodelan inner dan outer model untuk menguji

hubungan antaran variabe-variabel yang telah disebutkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji analisis data yang pertama dilakukan adalah uji outer model atau model pengukuran. Validitas konvergen dan validitas diskriminan digunakan dalam penelitian untuk pengujian validitas. Pengujian validitas konvergen

dapat diketahui dari nilai factor loading pada setiap indikator konstruk yang nilainya harus lebih besar dari 0,7. Sedangkan uji validitas diskriminan membandingkan nilai loading konstruk yang dituju harus lebih besar dari nilai loading konstruk lainnya.

Tabel 1. Nilai Outer Loading

	Literasi keuangan syariah	penggunaan paylater	perilaku konsumtif	religiusitas	keterangan
X1.2	0,727				valid
X1.4	0,860				valid
X1.5	0,879				valid
X2.2				0,862	valid
X2.3				0,748	valid
X2.4				0,755	valid
X2.5				0,799	valid
Y1.2			0,744		valid
Y1.3			0,817		valid
Y1.4			0,870		valid
Y1.5			0,851		valid
Y1.6			0,778		valid
Y1.7			0,808		valid
Y1.8			0,763		valid
Z1.2		0,853			valid
Z1.3		0,912			valid
Z1.4		0,830			valid
Z1.5		0,853			valid

Sumber: Data Penelitian, 2023

Langkah berikutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas, yang dapat dievaluasi dari nilai cronbach alpha. Nilai cronbach alpha harus melebihi 0,6 dan nilai reliabilitas komposit harus melebihi 0,7. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa pengukuran pada indikator dalam penelitian ini dapat dipercaya. Hasil tersebut tersaji dalam tabel 2.

Tabel 2. Nilai AVE

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Literasi Syariah	0,761	0,768	0,864	0,680
Penggunaan Paylater	0,885	0,893	0,921	0,744

	<i>Cronbach's Alpha</i>	ρ_A	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Perilaku Konsumtif	0,910	0,919	0,928	0,649
Religiusitas	0,807	0,825	0,871	0,628

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh data telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, sehingga dapat dianggap valid dan reliabel. Hal ini disebabkan oleh keberadaan validitas diskriminan yang sesuai. Setelah proses pengolahan data menggunakan model luar, langkah berikutnya adalah melakukan pengukuran struktur model dalam. Pengukuran ini dapat dilihat melalui nilai R² untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengukuran tersebut terdokumentasi dalam tabel 3.

Dari tabel 3, terlihat bahwa nilai R square untuk variabel perilaku konsumtif adalah 0,184, yang menunjukkan bahwa sekitar 18,4% dari variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sekitar 81,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Untuk variabel penggunaan paylater, nilai R square adalah 0,178, menunjukkan bahwa sekitar 17,8% variasi penggunaan paylater dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sekitar 82,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya, tahap yang dilakukan adalah pengujian hipotesis. Pengujian ini dievaluasi melalui tingkat signifikansi antar konstruk, statistik t dan nilai p. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah bahwa nilai statistik t harus lebih besar dari 1,96 dengan tingkat signifikansi p-values setara dengan 5%, yaitu 0,05. Hasil pengujian hipotesis terdokumentasi dalam tabel 4.

Tabel 3. Nilai R Square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Penggunaan Paylater	0,178	0,161
Perilaku Konsumtif	0,184	0,158

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 4. Path Coefficient Pengaruh Langsung

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Literasi Syariah -> Penggunaan Paylater	0,307	0,326	0,114	2,696	0,008
Literasi Syariah -> Perilaku Konsumtif	-0,288	-0,280	0,145	1,991	0,049
Penggunaan Paylater -> Perilaku Konsumtif	0,392	0,408	0,086	4,558	0,000
Religiusitas -> Penggunaan Paylater	0,169	0,186	0,117	1,444	0,152
Religiusitas -> Perilaku Konsumtif	0,216	0,220	0,160	1,348	0,181

Sumber: Data Penelitian, 2023

Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai t-statistik sebesar 1,991, melebihi nilai t-tabel 1,96, dan p-value sebesar 0,049, lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, jika literasi keuangan syariah rendah, perilaku konsumtif cenderung meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa UIN Raden Mas Said memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang baik dalam mengelola keuangan mereka. Oleh karena itu, memiliki literasi keuangan syariah yang baik dapat memberikan dampak positif dalam mengelola keuangan pribadi dan mengurangi perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilaporkan oleh Maulida et al. (2023), Gunawan (2023) dan Pamungkas & Firmialy, (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai t-statistik sebesar 1,348 < nilai t-tabel 1,96 dan p-value sebesar 0,181 > 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa dalam penelitian ini memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan benar. Dengan kata lain, tingkat religiusitas yang baik dan benar tidak menjadi faktor pendorong utama perilaku konsumtif mahasiswa di UIN Raden Mas Said Surakarta. Artinya, mahasiswa tersebut sudah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi sesuai dengan ajaran agama dan pendidikan yang mereka terima sehingga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini didukung oleh (Mastura et al., 2023), (Agustina, 2021) dan (Rohana, 2017) yang menyatakan

bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. dapat disimpulkan bahwa dengan religiusitas yang baik dan benar maka tidak mempunyai pengaruh apapun terhadap perilaku konsumtif seorang individu.

Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai t-statistik sebesar 4,558 > nilai t-tabel 1,96 dan p-value sebesar 0,000 < 0,05. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. dapat diartikan bahwa mahasiswa dengan penggunaan paylater yang tinggi maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Mahasiswa yang menggunakan paylater cenderung tergoda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terjangkau secara finansial. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta yang menggunakan paylater sebagai metode pembayarannya akan mempengaruhinya dalam berperilaku konsumtif. temuan ini didukung oleh (Maulida et al., 2023), (Amri et al., 2023) dan (Fauziah et al., 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap penggunaan paylater menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,696 > 1,96 dan p-value sebesar 0,008 < 0,05. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap penggunaan paylater. Dapat diartikan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik dan cenderung memiliki kebutuhan yang banyak serta keinginan yang tinggi sedangkan kesulitan dalam finansial, maka mereka akan menggunakan paylater sebagai alternatif pembayaran dalam membeli suatu barang. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta telah memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, namun masih cenderung menggunakan layanan paylater dalam bertransaksi. Hasil ini didukung oleh (Dwiwansi et al., 2023), (Fauziah et al., 2023) dan (Salsabila, 2023)

yang menunjukkan hasil literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan paylater.

Pengaruh religiusitas terhadap penggunaan paylater menunjukkan nilai t-statistik sebesar $1,444 < 1,96$ dan p-value sebesar $0,152 > 0,05$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan paylater. Artinya,

mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta telah memiliki tingkat religiusitas yang baik dan benar sehingga tidak mempengaruhinya untuk menggunakan layanan paylater. Penelitian ini didukung oleh (Fadhila et al., 2020) dan (Dewi & Tarigan, 2022) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan paylater.

Tabel 5. *Path Coefficients* Pengaruh Tidak Langsung

		<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Literasi Syariah -> Penggunaan Paylater -> Perilaku Konsumtif	Keuangan	0,120	0,135	0,059	2,050	0,043
Religiusitas -> Penggunaan Paylater -> Perilaku Konsumtif		0,066	0,075	0,048	1,390	0,168

Sumber: Data Penelitian, 2023

Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan paylater menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,050, melebihi nilai kritis 1,96, dan *p-value* sebesar 0,043, lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan paylater dapat menjadi penghubung antara literasi keuangan syariah dengan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi namun menggunakan layanan paylater secara berlebihan dapat mengalami perilaku konsumtif. Oleh karena itu, pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta dapat dimediasi oleh penggunaan paylater. Penelitian ini didukung oleh Fauziah et al., (2023) yang menyatakan bahwa paylater dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Pengujian efek religiusitas terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan paylater menunjukkan nilai

t-statistik sebesar 1,390, lebih rendah dari nilai kritis 1,96, dan p-value sebesar 0,168, melebihi ambang signifikansi 0,05. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan paylater tidak berperan sebagai mediator antara religiusitas dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang tinggi tidak dipengaruhi oleh penggunaan paylater yang cenderung memicu perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta telah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, sehingga tidak memengaruhi perilaku konsumtif melalui penggunaan paylater sebagai mediator. Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Nurfadila & Maulida (2023) dan M. S. Putri (2022) yang menyatakan bahwa faktor internal perilaku konsumtif yaitu religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan paylater.

PENUTUP Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif dengan penggunaan *paylater* sebagai mediasi. Berdasarkan pembahasan yang dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, penggunaan *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*, religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*, penggunaan *paylater* dapat memediasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif dan peran penggunaan *paylater* tidak dapat memediasi pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif.

Peneliti menyarankan agar mahasiswa UIN Raden Masi Said Surakarta lebih mengutamakan kegunaan dan manfaat dari produk yang mereka konsumsi, bukan hanya sekedar keinginan dan kesenangan. Keterbatasan dari penelitian ini adalah jumlah sampel yang terbatas pada universitas sehingga tidak dapat menggeneralisasikan hasil penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan populasi yang lebih besar dan memasukkan variabel independen dengan dampak yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, C. T. (2021). *Pengaruh Hedonisme, Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)*. UIN Ar Raniry Banda Aceh.

Aldes, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif

Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi UIN Raden Intan Lampung Pengguna Shopee). In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.

- Amri, A. D., Fattahillah, A. Al, Amanda, C., Putri, H. T. M., Adila, N., & Alkautsar, P. S. (2023). Pengaruh Penggunaan *Paylater* terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 227. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>
- Anifah, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. In *Institut Agama Islam negeri Salatiga* (Vol. 1, Issue 1).
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi keuangan (teori dan implementasinya)* (W. Kurniawan (ed.); 1st ed.). Pena Persada.
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Devi, E. R. S. (2020). Analisis Pengaruh Praktik Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang Jurnal Ilmiah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 12–30.
- Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen

- Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1544–1560.
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486>
- Dwiwansi, P., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, EKONOMI BISNIS, KEWIRAUSAHAAN*, 10(2).
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 20–30.
- Fauziah, S. N., Prayitno, P. H., Wahyono, H., & Inayati, R. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable. *JMDK : Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 66–78.
<https://doi.org/10.54471/muhasabat.una.v5i1.2344>
- Gunawan, A. (2023). Financial Literacy and Use of Financial Technology Payment for Consumptive Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 92–100.
<https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14233>
- Hazmi, F. (2023). Pengaruh Religiusitas Terhadap Impulse Buying dengan Intensitas Penggunaan Paylater sebagai Variabel Intervening pada Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1).
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari’Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344.
<https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Izazi, I. M., Nuraini, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1).
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama (memahami perilaku dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip psikologi)*. Raja Grafindo Persada.
- Khoiriyah, R. R. (2021). *Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Dalam Membeli Produk Online Shop (Perilaku Konsumsi Islami)*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Kredivo, & Center, K. I. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023*.
- Mastura, Safitri, Y., & Yahya, A. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 7(1), 66–82.
- Maulida, E. R., Munandar, E., & Nurochani, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Ciamis Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 2(1), 399–410.
- Nurfadila, F., & Maulida, I. S. R. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Penggunaan Shopeepaylater Ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah (JRES)*, 3(1), 63–66.

- Pamungkas, M. Z., & Firmialy, S. D. (2023). Assessing the Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior (Comparative Study Based on Gender). *APMBA (Asia-Pacific Management and Business Application)*, 011(03), 379–392. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.9>
- Permana, G. P. L., Astawan, M. A. P. P., & Laksmi P, K. W. (2022). Analisis Penggunaan Paylater dalam Transaksi Digital dengan Konstruksi UTAUT 2. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 84–91. <https://doi.org/10.31294/moneter.v9i2.13195>
- Precila, N. P. (2023). *PENGARUH RELIGIUSITAS, LIFESTYLE, DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA METODE PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER*. Universitas Islam Negeri (Uin) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Putri, M. S. (2022). *PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA SEMARANG*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Putri, S. D., & Mulatsih, L. S. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 10(4), 883.
- Rafidah, Alawiyah, R., & Muliyan. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Economina*, 1(1), 49–62. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas panca sakti bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319.
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN E-MONEY, KONTROL DIRI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5, 560–575.
- Rohana, F. S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2). In *Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga*.
- Safitri, N. R. (2022). Sistem Shopee Paylater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. In *Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.
- Salsabila, S. T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia. In *Univeraitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Sari, K. (2023). *TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA PEGAWAI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU DARUSSALAM*.

Universitas Islam negeri Ar-Raniry
Banda Aceh.

- Sofyan, I. Z. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. In *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818.
<https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan *JIMPA : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (STEBIS)*, 269–282.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>.