

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 97 orang yang diambil dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dengan beberapa karakteristik sebagai berikut.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5. 1 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki - Laki	32	33%
Perempuan	65	67%
Jumlah	97	100%

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.1 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yang berjumlah 65 responden dengan persentase 67% dan laki-laki lebih sedikit yaitu 32 responden dengan persentase 33% dari 97 responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

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

Tabel 5. 2 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Agama

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

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.2 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis berdasarkan agama didominasi oleh agama Islam yang berjumlah 89 responden dengan persentase 91,8% dan Non Islam lebih sedikit yaitu 8 responden 8,2% dari 97 responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

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

Tabel 5. 3 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Angkatan

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

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.3 menunjukkan bahwa jumlah responden dari angkatan 2020 berjumlah 29 responden dengan persentase 29,9%, angkatan 2021 berjumlah 22 responden dengan persentase 22,7%, angkatan 2022 berjumlah 29 responden dengan persentase 29,9%, angkatan 2023 berjumlah 17 responden dengan persentase 17,5% dari 97 responden.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna E-Payment

Tabel 5. 4 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Pengguna E-payment

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

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.4 menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan pengguna *E-payment* berjumlah 97 responden dengan persentase 100% dan tidak menggunakan *E-payment* lebih sedikit yaitu berjumlah 0 dengan persentase 0% dari 97 responden. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden merupakan pengguna *E-payment*.

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

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

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

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menggunakan *M-Banking* berjumlah 39 responden dengan persentase 40,2%, DANA berjumlah 34 responden dengan persentase 35,2%, ShopeePay berjumlah 24 responden dengan persentase 21,6%, OVO berjumlah 1 responden dengan persentase 1%, GoPay berjumlah 1 responden dengan persentase 1%, LinkAja berjumlah 1 responden dengan persentase 1%, dan responden yang menggunakan *E-payment* lainnya berjumlah 0 responden dengan persentase 0%, dari 97 responden. Maka responden pengguna *E-payment* paling banyak adalah pengguna *M-Banking*. Hal tersebut menunjukkan bahwa m-banking merupakan teknologi yang sangat dibutuhkan mahasiswa. Selain penggunaannya yang mudah dan aman dengan adanya m-banking yang juga terhubung oleh kartu rekening bank mahasiswa dapat membayar tagihan UKT tanpa harus menggunakan mesin ATM

serta mahasiswa dapat melihat saldo rekening, riwayat transaksi, mengatur anggaran dan mengakses berbagai produk keuangan lainnya. Pada m-banking juga tidak ada batasan nilai transaksi apabila mahasiswa perlu melakukan transaksi besar seperti pembayaran kuliah atau pembelian barang mahal.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan

Tabel 5. 6 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan uang saku perbulan

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

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.6 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan uang saku perbulan kurang dari Rp. 500.000 berjumlah 24 responden dengan persentase 24,8%, uang saku perbulan Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000 berjumlah 49 responden dengan persentase 50,5%, uang saku perbulan Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 berjumlah 23 responden dengan persentase 23,7%, uang saku perbulan lebih dari Rp. 2.000.000 berjumlah 1 responden dengan persentase 1% dari 97 responden. Maka uang saku perbulan responden paling banyak adalah Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Sering Dibeli

Tabel 5. 7 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Sering Dibeli

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

Minuman	0	0%
Lainnya	20	20,6%
Jumlah	97	100%

Sumber data primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 5.7 menunjukkan bahwa jumlah responden dari *Fashion* berjumlah 25 responden dengan persentase 25,8%, makanan berjumlah 52 responden dengan persentase 53,6%, minuman berjumlah 0 responden dengan persentase 0%, dan jenis barang yang sering dibeli lainnya berjumlah 20 responden dengan persentase 20,6% dari 97 responden. Maka responden berdasarkan barang yang sering dibeli paling banyak adalah Makanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia terkhusus mahasiswa. Banyak mahasiswa memilih untuk membeli makanan dibandingkan memasak sendiri karena lebih praktis dan tidak terlalu banyak modal untuk memasak dan tidak semua fasilitas memasak tempat tinggal mahasiswa itu terbatas sehingga membeli makanan adalah solusi yang lebih mudah dan lebih praktis, selain itu juga menghemat waktu. Bahkan sekarang bisa memesan makanan tanpa harus keluar rumah dan makanan yang dipesan bisa diantar oleh *driver*.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Kebutuhan Terbesar

Tabel 5. 8 Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Pengeluaran Kebutuhan Terbesar

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

Sumber data primer diolah, 2024

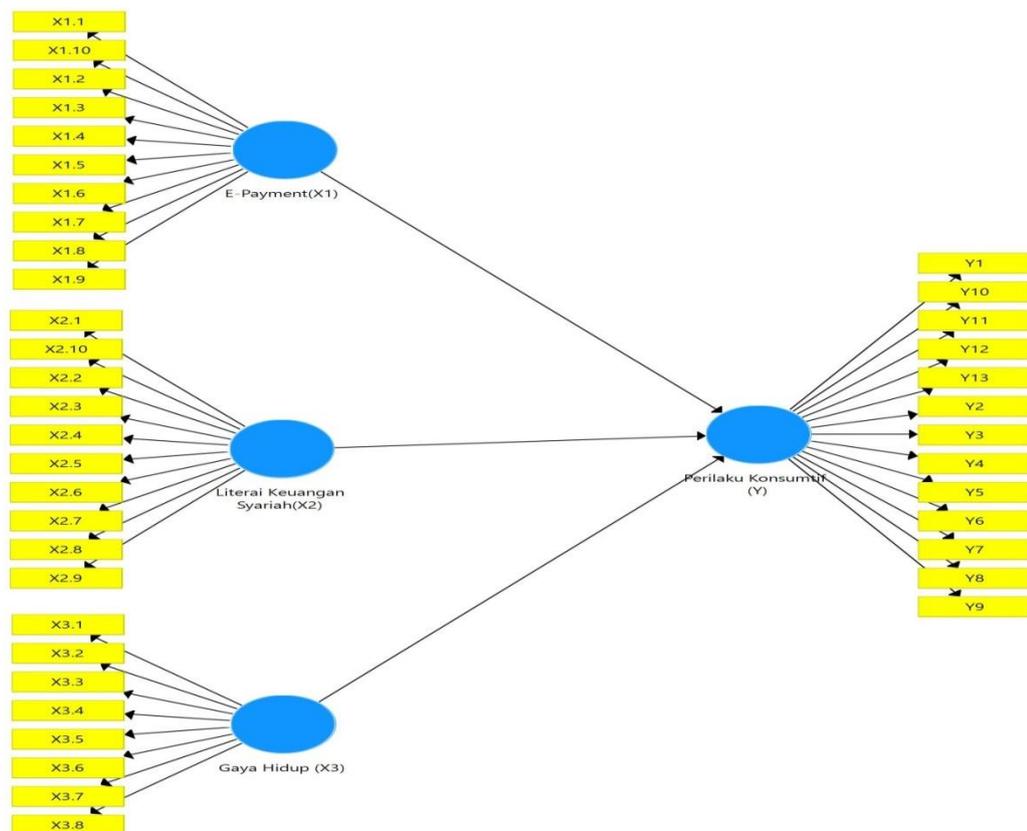
Dari hasil tabel 5.8 menunjukkan bahwa jumlah responden dari kebutuhan kuliah berjumlah 41 responden dengan persentase 42,3%, kebutuhan kost

berjumlah 21 responden dengan persentase 21,6%, kebutuhan transportasi/bensin berjumlah 26 responden dengan persentase 26,8%, dan kebutuhan hiburan/rekreasi berjumlah 9 responden dengan persentase 9,3% dari 97 responden. Maka responden berdasarkan pengeluaran kebutuhan terbesar paling banyak adalah kebutuhan kuliah.

Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran terbesar mahasiswa adalah pada kuliah. biaya kuliah yang mencakup uang smester/UKT bagi yang tidak mendapatkan beasiswa, pembelian buku materi kuliah atau bahkan sekarang mahasiswa juga mendapatkan tugas kuliah seperti publish jurnal yang juga membutuhkan biaya. selain itu juga bagi mahasiswa mengikuti sebuah organisasi atau kegiatan ekstrakurikuler lainnya membuat pengeluaran untuk kuliah menjadi yang terbesar bagi mahasiswa. transportasi juga merupakan sumber pengeluaran bagi mahasiswa dengan persentase 26,8% yang menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa tinggal berdekatan dengan kampus. banyak juga mahasiswa yang mengontrak atau kost dan bahkan rumah tinggal mereka jauh dari kampus, sehingga mahasiswa memerlukan biaya transportasi untuk perjalanan sehari hari ke kampus dan apabila mahasiswa melakukan perjalanan untuk mengikuti kegiatan keorganisasian, magang atau bekerja paruh waktu. selain itu juga pemeliharaan kendaraan pribadi bagi mahasiswa yang memiliki kendaraan pribadi seperti bahan bakar, perawatan, asuransi dan biaya parkir. Dilanjutkan dengan kost yang merupakan pengeluaran yang besar bagi mahasiswa dengan persentase 21,6% yang mana hal ini menunjukkan bahwa kost juga menjadikan biaya pengeluaran mahasiswa menjadi besar yang mana mahasiswa harus membayar sewa kost perbulan atau persetengah tahun bahkan pertahun. selain itu juga mahasiswa juga harus membeli perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan di kost, pembayaran listrik, air dan Wi-Fi. adapun hiburan/rekreasi dengan persentase 9,3% yang menunjukkan bahwa meskipun hiburan dan rekreasi mungkin terlihat sebagai pengeluaran opsional, namun hal tersebut memainkan peran penting dalam kehidupan mahasiswa untuk keseimbangan hidup dan pengembangan pribadi di luar akademik.

5.2 Pengujian data dan model penelitian

Dalam melakukan evaluasi model pengukuran responden tentang perilaku konsumtif, dimana indikator-indikator yang digunakan harus valid dan reliabel. Berikut adalah bentuk diagram jalur peancangan *outer model* dan *inner model* pada penelitian ini.



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Gambar 5. 1 Outer Model dan Inner Model

5.2.1 Evaluasi Outer model

Teknis analisis data dengan menggunakan SmartPLS dalam menilai outer model adalah dengan melihat uji validitas dan uji reliabilitas yang didalamnya terdiri dari validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach alpha* (Margaretta Panjaitan, 2023).

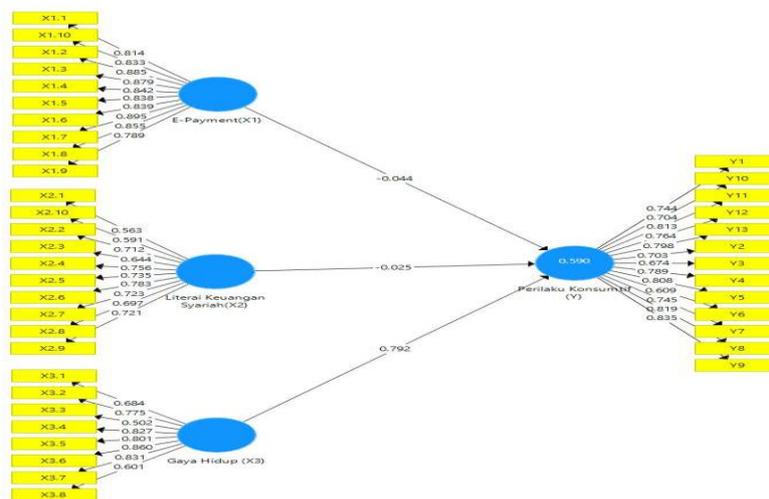
1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh alat ukur yang digunakan mampu

menghasilkan sesuatu yang diukur. Menurut Ghazali (2016) uji validitas dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat dari *loading factor* pada setiap konstruk. Sebuah variabel dapat dinyatakan validitas yang baik terhadap variabel latennya apabila standar *loading factor* $\geq 0,70$ (N. I. Lestari et al., 2022).

a. Convergent validity

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



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Gambar 5. 2 Outer Model

Adapun tabel *outer loading* hasil kalkulasi algoritma untuk *outer model*:

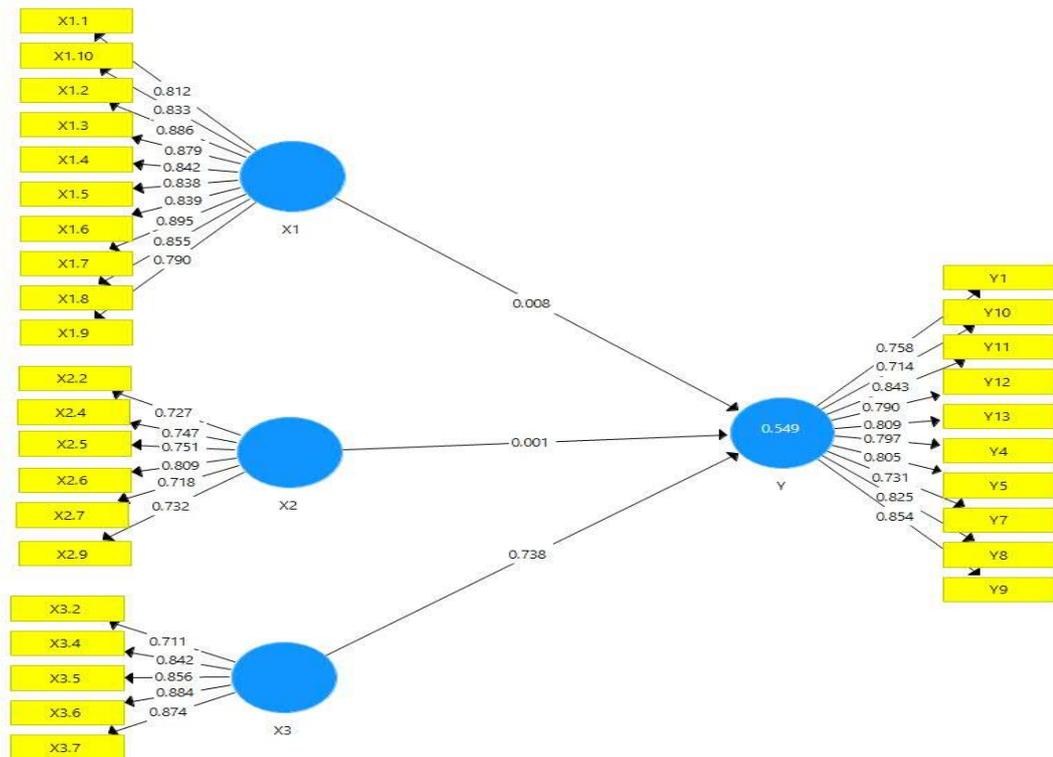
Tabel 5. 9 Tabel outer loading

Variabel	Kode	Loading	Keterangan
<i>E-Payment (X1)</i>	X1.1	0,814	Valid
	X1.2	0,885	Valid
	X1.3	0,879	Valid
	X1.4	0,842	Valid
	X1.5	0,838	Valid
	X1.6	0,839	Valid
	X1.7	0,895	Valid
	X1.8	0,855	Valid
	X1.9	0,789	Valid

	X1.10	0,833	Valid
Literasi keuangan syariah (X2)	X2.1	0,563	Tidak Valid
	X2.2	0,712	Valid
	X2.3	0,644	Tidak Valid
	X2.4	0,756	Valid
	X2.5	0,735	Valid
	X2.6	0,783	Valid
	X2.7	0,723	Valid
	X2.8	0,697	Tidak Valid
	X2.9	0,721	Valid
	X2.10	0,591	Tidak Valid
Gaya Hidup (X3)	X3.1	0,684	Tidak Valid
	X3.2	0,775	Valid
	X3.3	0,502	Tidak Valid
	X3.4	0,827	Valid
	X3.5	0,801	Valid
	X3.6	0,860	Valid
	X3.7	0,831	Valid
	X3.8	0,601	Tidak Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,774	Valid
	Y2	0,703	Valid
	Y3	0,674	Tidak Valid
	Y4	0,789	Valid
	Y5	0,808	Valid
	Y6	0,609	Tidak Valid
	Y7	0,745	Valid
	Y8	0,819	Valid
	Y9	0,835	Valid
	Y10	0,704	Valid
	Y11	0,817	Valid
	Y12	0,764	Valid
	Y13	0,798	Valid

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Pada tabel 5.9 dapat dilihat hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *outer model* belum memenuhi uji validitas konvergen karena masih ada beberapa indikator yang mempunyai nilai *loading factor* dibawah 0,70. Oleh sebab itu, nilai *loading factor* yang berada dibawah 0,70 dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Setelah nilai dihapus indikator yang tidak valid lalu dikalkulasikan kembali. Adapun diagram setelah dilakukan kalkulasi ulang adalah sebagai berikut.



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Gambar 5. 3 OuterModel setelah dilakukan kalkulasi ulang

Tabel 5. 10 outer loading setelah dilakukan kalkulasi ulang

Variabel	Kode	Loading	Keterangan
<i>E-Payment</i> (X1)	X1.1	0,812	Valid
	X1.2	0,886	Valid
	X1.3	0,879	Valid
	X1.4	0,842	Valid
	X1.5	0,838	Valid
	X1.6	0,839	Valid
	X1.7	0,895	Valid
	X1.8	0,855	Valid
	X1.9	0,790	Valid
	X1.10	0,833	Valid
Literasi Keuangan Syariah (X2)	X2.2	0,727	Valid
	X2.4	0,747	Valid
	X2.5	0,751	Valid
	X2.6	0,809	Valid
	X2.7	0,718	Valid
	X2.9	0,732	Valid
Gaya Hidup (X3)	X3.2	0,711	Valid

	X3.4	0,842	Valid
	X3.5	0,856	Valid
	X3.6	0,884	Valid
	X3.7	0,874	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,758	Valid
	Y4	0,797	Valid
	Y5	0,805	Valid
	Y7	0,731	Valid
	Y8	0,825	Valid
	Y9	0,854	Valid
	Y10	0,714	Valid
	Y11	0,843	Valid
	Y12	0,790	Valid
Y13	0,809	Valid	

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

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

b. *Discriminant Validity*

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

Tabel 5. 11 Nilai *Cross Loading*

	E-payment (X1)	Literasi Keuangan Syariah (X2)	Gaya Hidup (X3)	Perilaku Konsumtif (Y)
X1.1	0,812	0,601	0,266	0,136
X1.2	0,886	0,534	0,290	0,211
X1.3	0,879	0,558	0,240	0,154
X1.4	0,842	0,539	0,286	0,269
X1.5	0,838	0,471	0,256	0,159
X1.6	0,839	0,525	0,269	0,245
X1.7	0,895	0,536	0,298	0,169
X1.8	0,855	0,526	0,215	0,117
X1.9	0,790	0,522	0,240	0,193
X1.10	0,833	0,517	0,322	0,387
X2.2	0,402	0,727	0,248	0,242

X2.4	0,553	0,747	0,257	0,208
X2.5	0,378	0,751	0,374	0,203
X2.6	0,582	0,809	0,309	0,242
X2.7	0,409	0,718	0,111	0,094
X2.9	0,465	0,732	0,162	0,065
X3.2	0,419	0,364	0,711	0,544
X3.4	0,251	0,346	0,842	0,597
X3.5	0,165	0,251	0,856	0,597
X3.6	0,318	0,256	0,884	0,662
X3.7	0,222	0,297	0,874	0,682
Y1	0,192	0,205	0,652	0,758
Y4	0,237	0,076	0,634	0,797
Y5	0,204	0,223	0,676	0,805
Y7	0,210	0,210	0,624	0,731
Y8	0,145	0,198	0,561	0,825
Y9	0,139	0,182	0,522	0,854
Y10	0,200	0,248	0,476	0,714
Y11	0,177	0,198	0,563	0,843
Y12	0,187	0,280	0,497	0,790
Y13	0,256	0,342	0,591	0,809

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Hasil dari tabel 5.11 Menunjukkan bahwa nilai *cross loading* dibandingkan dengan konstruk lainnya ada korelasi yang kuat antara masing-masing indikator dan konstruknya, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator penelitian yang digunakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

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

Tabel 5. 12 Nilai *Fornell-Larkcer Criterion*

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

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 5.12 Menunjukkan bahwa akar kuadrat dari AVE pada setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*.

2. Uji Reliabilitas

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

Tabel 5. 13 Uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Realibility</i>	AVE
<i>E-payment</i> (X1)	0,957	0,962	0,718
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,850	0,884	0,559
Gaya Hidup (X3)	0,890	0,920	0,698

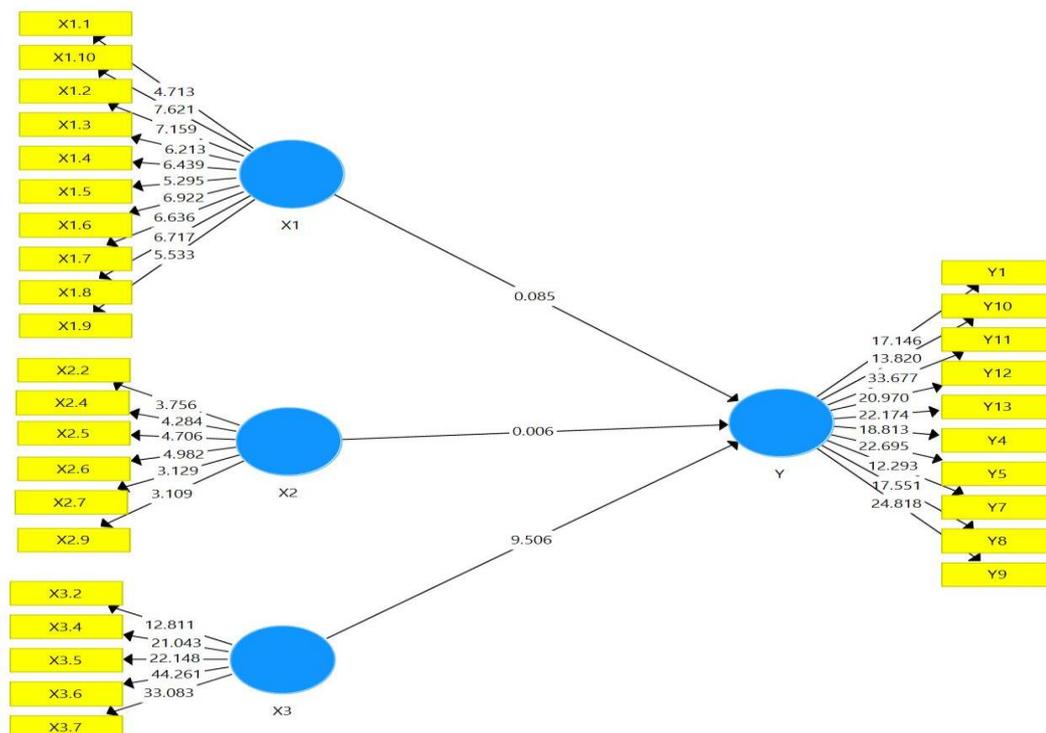
Perilaku konsumtif (Y)	0,934	0,944	0,630
------------------------	-------	-------	-------

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 5.13 Menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* mempunyai nilai diatas 0,70, *Composite Reliability* > 0,70 dan nilai *AVE* > 0,50. Dapat disimpulkan bahwa konstruk (variabel penelitian) yang terdiri dari *E-payment*, literasi keuangan syariah, gaya hidup dan perilaku konsumtif termasuk kedalam kriteria reliabel atau mempunyai reliabilitas yang tinggi, sehingga memiliki ketepatan untuk dijadikan variabel dalam penelitian.

5.2.2 Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

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



Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Gambar 5. 4 *Inner Model* (Model Struktural)

Pada hasil gambar 5.4 Menunjukkan bahwa nilai *Path Coefficient* yang paling tinggi ditunjukkan dngan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yaitu 9,506. Sedangkan nilai *Path Coefficient* paling rendah ditunjukkan pada pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif yaitu 0,006. Dalam model penelitian ini apabila semakin besar nilai *Path Coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Nilai *R-Square*

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

Tabel 5. 14 Nilai *R-Square*

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

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 5.14 Menunjukkan bahwa nilai *R-Square* diperoleh sebesar 0,534 dipersentasekan sebesar 53,4%. Dapat disimpulkan ahwa variasi perubahan variabel independen terhadap vaiabel dependen sebesar 53,4% dan 46,6% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

b. Nilai *F-Square* (f^2)

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

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

Tabel 5. 15 Nilai *F-Square*

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

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 5.15 menunjukkan bahwa nilai f^2 variabel *E-payment* memiliki nilai 0,000, artinya variabel *E-payment* memiliki pengaruh parsial yang lemah terhadap perilaku konsumtif. Nilai f^2 variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai 0,000, artinya variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh parsial yang lemah dan nilai f^2 variabel gaya hidup memiliki nilai 1,141, artinya variabel gaya hidup memiliki pengaruh parsial yang kuat.

c. Pengujian Hipotesis (Uji t)

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

Tabel 5. 16 *Path Coefficient*

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

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil tabel 5.16 Menunjukkan bahwa dalam pengujian ini dilakukan metode *bootstraping* terhadap sampel. Pengujian *bootstraping* ini dimaksudkan untuk menimbulkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil dari pengujian *bootstraping* dari PLS dapat dijelaskan sebagai berikut.

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

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

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

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

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

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

d. Pengujian Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali 2018 uji simultan digunakan untuk mengetahui bahwa variabel bebas (X1, X2 dan X3) berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y) jika F-hitung > F-tabel (Safitri & Ali, 2023). Adapun rumus untuk menghitung uji F sebagai berikut :

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

Keterangan :

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

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah Variabel Bebas

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

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

Dengan F-tabel yaitu 2,70

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

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

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

5.2 Pembahasan

5.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi dalam Prespektif Ekonomi Islam

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kamaruddin, 2023; Nengsih, 2023; Putri, 2024) menemukan hasil yang sama yaitu gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (M. Lestari, 2024) bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup menurut Kolter dan Keller (2016) dalam penelitian (Putri, 2024) menyatakan bahwa gaya hidup adalah sebuah pola hidup yang diungkapkan oleh seseorang melalui aktivitas, minat dan pendapat, yang dalam hal ini mendeskripsikan bahwa seutuhnya orang tersebut berpengaruh terhadap lingkungannya. Dalam perspektif ekonomi Islam, gaya hidup yang berlebihan dan konsumtif dapat dianggap tidak seimbang dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendorong keadilan, keseimbangan, dan keberkahan dalam penggunaan sumber daya. Gaya hidup konsumtif yang berlebihan dapat menyebabkan pemborosan sumber daya dan memicu perilaku *ribawi* (berlebihan) yang tidak dianjurkan dalam Islam.

Sehingga dijelaskan dalam surat Asy-Syuura Ayat 27 :

Artinya : "Dan jikalau Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hamba-Nya tentulah mereka akan melampaui batas di muka bumi, tetapi Allah menurunkan apa yang dikehendaki-Nya dengan ukuran. Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui (keadaan) hamba-hamba-Nya lagi Maha melihat" .

Dari ayat diatas bahwa Allah SWT Maha Mengetahui keadaan yang sedang dialami oleh umat-Nya. Sehingga agar terciptanya mental yang baik yang berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman :

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, dan makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (Al- A’raf 7:31)

Pada ayat Asy-Syuura dapat dilihat bahwa sifat manusia memiliki sifat yang boros. Sehingga agar sifat manusia tersebut dapat membatasi sifat boros mereka maka dapat dilihat dalam ayat Al-A’raf Ayat 31 bahwa Allah tidak suka orang yang berlebih-lebihan. Maka dari itu untuk memenuhi gaya hidup manusia memang memiliki rasa keinginan yang tinggi namun kita harus mengkonsumsi sesuatu dengan sederhana saja, jangan terlalu boros. Sebagai contoh, jika seorang mahasiswa memilih gaya hidup yang mewah dan terlalu konsumtif, mungkin cenderung menggunakan uangnya untuk hal-hal yang tidak penting atau berlebihan, seperti belanja barang-barang mewah atau makan di tempat mewah, sementara sebagian besar uangnya seharusnya digunakan untuk kebutuhan yang lebih penting, seperti pendidikan atau membantu yang membutuhkan.

Pada hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan barang yang sering dibeli adalah makanan dengan persentase 53,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia terkhusus mahasiswa. Selain makanan pokok, disekitar kampus ataupun sekitar tempat tinggal banyak juga penjual makanan dan jajanan yang digemari mahasiswa seperti seblak, basreng, koreanfood, gorengan, bakso bakar, *pancake* dan sejenisnya. Banyak mahasiswa memilih untuk membeli makanan dibandingkan memasak sendiri karena lebih praktis dan tidak terlalu banyak modal untuk memasak dan tidak semua fasilitas memasak tempat tinggal mahasiswa itu terbatas sehingga membeli makanan adalah solusi yang lebih mudah dan lebih praktis, selain itu juga menghemat waktu. Bahkan bisa memesan makanan tanpa harus keluar rumah dan makanan yang dipesan bisa diantar oleh *driver*.

Mahasiswa cenderung lebih konsumtif terhadap makanan terutama mahasiswa yang tempat tinggalnya tidak jauh dari kampus. Yang mana kampus biasanya dikelilingi oleh berbagai macam tempat makanan, seperti rumah makan, kafe dan jajanan kaki lima. Tren kuliner yang selalu berkembang juga mendorong mahasiswa untuk mencoba makanan baru dan kekinian. Selain itu, mahasiswa

sering mengabdikan waktu bersama teman-teman diluar kelas dan makan bersama merupakan salah satu aktivitas yang umum dilakukan. Dalam keadaan stress akibat beban tugas dan tekanan akademik serta rasa bosan dengan perkuliahan juga dapat membuat mahasiswa mencari pelarian atau kesenangan dengan cara membeli dan makan makanan yang enak yang bisa mengurangi rasa tersebut.

Dalam ekonomi Islam, ditekankan pentingnya mengelola sumber daya dengan bijak, menghindari pemborosan, dan mengutamakan kepentingan bersama. Gaya hidup yang seimbang, hemat, dan bertanggung jawab akan lebih sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam dan dapat membantu mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan.

5.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi dalam Prespektif Ekonomi Islam

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadhilah, 2023; Hayya, 2024; Sofyan, 2023) menemukan hasil yang sama yaitu literasi keuangan syariah memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Meylina, 2023; Rafidah et al., 2020) menemukan hasil bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dari hasil analisis data penelitian ini dapat dijelaskan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi yang sudah mendapatkan matakuliah tentang manajemen keuangan dan mempunyai pemahaman terkait literasi keuangan dapat dikatakan baik serta mampu mempraktikkan pengelolaan keuangan sehingga dapat mencegah dari perilaku konsumtif. Dalam prespektif ekonomi Islam, literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen yang bertanggung jawab. Namun, pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif bisa tidak signifikan karena perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya dan faktor psikologis. Meskipun individu memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, mereka masih dapat terpengaruh oleh dorongan untuk memenuhi

keinginan konsumtif mereka. Oleh karena itu, selain literasi keuangan syariah, penting juga untuk memperkuat kesadaran akan nilai-nilai Islam yang mendorong keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta pengendalian diri dalam mengelola keuangan.

Salah satu ayat yang bisa dihubungkan dengan literasi keuangan syariah dan pengendalian perilaku konsumtif adalah Al-Baqarah ayat 188:

"Dan janganlah kamu jual-beli hartamu dengan cara yang salah."

Ayat ini menekankan pentingnya bertransaksi dengan kejujuran dan keadilan, serta menyarankan untuk menghindari praktik-praktik yang tidak etis dalam berbisnis yang bisa memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, Hadis Nabi Muhammad SAW juga mengajarkan tentang pentingnya berhati-hati dalam mengelola keuangan dan menghindari pemborosan.

Literasi keuangan syariah dalam prespektif ekonomi Islam harus mencakup pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti larangan *riba* (bunga), kehalalan investasi, keadilan dalam transaksi, dan tanggung jawab sosial. Ini melibatkan pengetahuan tentang instrumen keuangan syariah seperti *mudharabah*, *musharakah*, dan wakaf serta kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam perencanaan keuangan, investasi, dan pengelolaan risiko. Literasi keuangan syariah juga mencakup kesadaran akan pentingnya infaq, sedekah, dan zakat sebagai bagian dari keseimbangan antara keuntungan pribadi dan kepentingan sosial dalam ekonomi Islam.

Literasi keuangan syariah yang mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti larangan *riba* dan kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan, dapat bertentangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran mereka, karena mereka akan mempertimbangkan aspek-etika dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam setiap keputusan keuangan. Hal ini dapat mengurangi kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif atau menghabiskan uang secara tidak bijaksana. Sebaliknya, mahasiswa yang kurang memiliki literasi keuangan syariah mungkin lebih rentan terhadap perilaku

konsumtif, karena mereka mungkin kurang memperhatikan prinsip-prinsip keuangan Islam dalam pengeluaran mereka.

Literasi keuangan syariah mempunyai pemahaman lebih tentang cara dalam pengelolaan keuangan yang baik dan benar untuk mencapai kesejahteraan yang dapat terpenuhi dengan landasan prinsip syariah. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Mujadalah ayat 11 :

"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis," maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan."

Dari ayat diatas dalam tafsir Syaikh Muhammad Bin Shalih asy-syawi menjelaskan keutamaan sebuah ilmu. Hasil dari sebuah ilmu dapat menimbulkan adab yang baik dalam melaksanakan ilmu-ilmu tersebut. Berperilaku yang baik merupakan bagian dari ilmu dan iman. Ketika sudah mendapatkan ilmu, hal yang harus dilakukan adalah amal. Amal memiliki keterkaitan dengan iman, adab dan ilmu yang tidak dapat dipisahkan, dimana amal adalah bentuk pelaksanaan ilmu yang sudah didapatkan agar lebih bernilai ketika ilmu itu diamalkan kepada diri sendiri dan orang lain. Dengan meningkatkan literasi keuangan syariah akan menimbulkan sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Landasan ilmu keuangan syariah menjadi acuan dalam setiap transaksi dalam proses mendapatkan hingga menggunakan uang.

5.3.3 Pengaruh *E-payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi dalam Prespektif Ekonomi Islam

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *E-payment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afifah, 2022; Mengga et al., 2023) menemukan hasil yang sama yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan mahasiswa telah mampu mengurangi pembelian yang tidak perlu dan telah mampu memporsir kebutuhan dengan biaya yang ada. Namun penelitian ini

bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Meylina, 2023; Najwa, 2023; Shobri et al., 2022) menemukan hasil bahwa uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa.

Meskipun dalam penggunaan *E-payment* sangat mudah namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi telah mampu mengontrol diri dan mampu membedakan kebutuhan yang sebenarnya. Mahasiswa cenderung kebanyakan memiliki finansial yang terbatas karena uang yang didapatkan bukan dari hasil sendiri melainkan dari orang tua. Uang yang diberikan oleh orang tua yang terbatas dapat menjadi salah satu faktor yang membantu mahasiswa untuk mengontrol diri dan menghindari perilaku konsumtif. Ketika sumber daya finansial terbatas, mahasiswa cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran mereka dan lebih memperhatikan prioritas keuangan mereka. Mereka juga lebih cermat dalam memilih di mana mereka ingin mengalokasikan uang mereka, termasuk dalam penggunaan *e-payment*, dan lebih berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian yang tidak terencana.

E-payment merupakan bentuk pembayaran elektronik yang mana uang di simpan dalam media elektronik tertentu (Shobri et al., 2022). Salah satu alasan utama penggunaan *e-payment* adalah karena kemudahannya. *E-payment* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat, mudah, dan nyaman, tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu fisik. Dengan *e-payment*, pengguna dapat melakukan pembayaran hanya dengan beberapa klik atau sentuhan layar di perangkat mereka, di mana pun dan kapan pun mereka berada, dari pembelian barang dan layanan *online* hingga pembayaran tagihan dan transfer uang kepada orang lain. Kemudahan ini membuat *e-payment* menjadi pilihan yang populer di kalangan banyak orang, termasuk mahasiswa.

E-payment adalah bentuk modernisasi Islam dalam bidang keuangan yang memberikan kemudahan akses, kenyamanan serta biaya yang lebih ekonomis. Sehingga *e-payment* diperbolehkan menurut perspektif hukum syariah bahkan dalam pandangan Islam sistem pembayaran digital ini adalah pilihan yang tepat untuk mencegah *riba* dan *ghoror*. Dalam metode pembayaran berbasis *e-*

payment ini juga harus sejalan dengan prinsip-prinsip islam. Dengan adanya kemudahan akses dalam *e-payment* bukan berarti penggunaan ini menimbulkan perilaku boros atau secara terus-menerus menggunakan *e-payment* untuk membeli segala sesuatu secara berlebihan, tetapi harus diperhatikan terhadap hal yang memang dibutuhkan bukan hanya memenuhi keinginan semata. Sehingga agar tidak menimbulkan sifat yang tidak disukai oleh Allah SWT yaitu sifat boros.

Salah satu ayat Al-Baqarah (2:282) yang membahas tentang kesaksian dalam transaksi keuangan:

"Dan jika kamu berada dalam perjalanan, dan tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh penjamin). Dan jika sebagian kamu mempercayai sebagian (lainnya), maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian. Barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya dia adalah orang yang berdosa hatinya. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Ayat ini menegaskan pentingnya transparansi dan keadilan dalam transaksi keuangan, prinsip yang juga berlaku dalam konteks *e-payment*.

Dalam perspektif ekonomi islam, konsep *e-payment* tidak dianggap sebagai penyebab langsung perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif lebih berkaitan dengan faktor psikologis serta kesadaran individu terhadap kebutuhan dan keinginan. Akan tetapi, penggunaan *e-payment* dapat mempermudah akses terhadap pembelian barang dan jasa yang dalam beberapa kasus dapat memicu perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan prinsip kehati-hatian dan pengendalian diri yang diajarkan dalam Islam. Oleh sebab itu penting dalam mengimbangi kemudahan akses dengan pemahaman yang kuat tentang pengolahan keuangan yang bertanggungjawab dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

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

Dari hasil uji simultan (Uji F) yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *E-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sofyan, 2023) bahwa literasi keuangan syariah dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Begitu juga pada penelitian yang dilakukan oleh (Munandar et al., 2024) menunjukkan hasil bahwa gaya hidup dan penggunaan uang elektronik berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu nilai *R-Square* diperoleh sebesar 0,534 dipersentasekan sebesar 53,4%. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 53,4% dan 46,6% dijelaskan oleh model diluar variabel penelitian ini.

E-payment merujuk pada pembayaran elektronik yang melibatkan transfer uang melalui internet atau perangkat elektronik lainnya. Literasi keuangan syariah mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti hukum-hukum tentang *riba* (bunga), investasi yang halal, dan pembagian keuntungan secara adil. Gaya hidup berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mengacu pada kebiasaan dan preferensi konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tren, budaya, dan nilai-nilai yang dianut. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menjadi masalah jika bertentangan dengan prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti meminjam uang dengan bunga atau menghabiskan lebih dari yang diperlukan. Oleh karena itu, pemahaman tentang *e-payment*, literasi keuangan syariah, dan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menjadi penting dalam menjaga kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Maka uji perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa karakteristik, yaitu *e-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup. Mahasiswa tidak lepas dari kecanggihan teknologi digital yang berperan secara aktif untuk meningkatkan pengetahuan ilmu teknologi. Penggunaan *e-payment*

merupakan salah satu solusi yang dapat memberikan harapan baru bagi mahasiswa untuk tumbuh sebagai generasi digital. Mahasiswa juga harus mampu menerapkan literasi keuangannya dengan baik yang mana akan membawa hasil yang baik terutama penerapan literasi keuangan syariah yang berdasarkan syariat islam dan sebaliknya jika literasi keuangan yang buruk akan menyebabkan perencanaan keuangan yang salah dan membuat lebih sulit untuk mencapai kesejahteraan mahasiswa. Sehingga adanya literasi keuangan syariah menjadi bagian yang sangat penting untuk menerapkan pengelolaan keuangan yang baik bagi mahasiswa. Selain itu juga ada gaya hidup yang sudah menjadi bagian dari keseharian yang harus ditentukan berdasarkan skala prioritas agar tidak menyebabkan tindakan yang negatif seperti gaya hidup yang berlebihan. Seiring perkembangan zaman yang modern mahasiswa lebih mudah mengetahui pengetahuan informasi yang lebih modern serta melakukan perubahan gaya hidup bagi mahasiswa dengan cara berpakaian, bersosialisasi dan kegiatan lainnya yang mempengaruhi aktivitas sehari-hari.