

PENGARUH E-MONEY DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN MAHASISWA DALAM EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi)

Khairun Najwa¹, Nurida Isnaeni²

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

Coessponding Author: nuridaisnaeni@unja.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the use of electronic money and lifestyle on consumer behavior among students. And to find out the consumer consumer behavior that arises when using E-money among Jambi University Islamic Economics Study Program students. This research uses a quantitative approach with survey research methods. The population of this research is Islamic Economics students at Jambi University 2020, 2021, 2022, totaling 399 students with a sample size of 80 students. Sampling used purposive sampling technique. Data collection uses questionnaires and analysis uses simple linear regression analysis. The research results show that there is an influence of the use of E-Money and lifestyle on consumptive behavior, and the consumptive behavior of students that arises from using E-Money is not considering function/use, consuming goods excessively prioritizing desires over needs.

Keywords: E-Money, Lifestyle, Consumptive Behavior, Students.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara. Kemajuan dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Sebut saja dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama pasar. Kini pasar telah hadir dalam wujud digital, yang disebut e-commerce yang ada di genggam tangan siapapun melalui gawai digital. "online shopping", begitu para kaum milenial menyebutnya.

Munculnya e-money di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Menurut (Wialdy, 2019) Peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (e-money) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu

oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan dampak positif dan negative terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan penyedia *e-money* tertentupun tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya.

Diluar dari beragam kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*, juga terdapat kekurangan atau sisi negatifnya. Salah satu sisi negatif yang muncul di karenakan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* adalah pemborosan. Hal ini disebabkan karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat sehingga cenderung menggunakan aplikasi *e-money* tanpa berpikir lebih jauh (Ramadhani, 2016). Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang *e-money* dapat menjerumuskan penggunaanya kearah konsumtif jika mereka tidak melakukan kontrol yang baik dalam penggunaan *e-money* tersebut.

Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gawai digital. Penelitian yang dilakukan oleh Badri (2020) menemukan bahwa generasi Z merupakan pengguna aktif smartphone yang mengetahui dan menggunakan aplikasi dompet digital, yang mana merupakan aplikasi penyimpan *e-money*. Generasi Z yang saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja, sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif. masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, sehingga dari segi psikisnya masih sangat belum mantap sehingga mudah untuk dipengaruhi. Dengan adanya gawai digital,

Berbagai kegiatan dapat diakses oleh para remaja seperti kursus ketrampilan atau mata pelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses menuju marketplace serta *e-money*. (Ramadhani, 2016) mengungkapkan promosi dan diskon yang ditawarkan oleh marketplace mampu membuat mahasiswa lebih konsumtif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masa promo masih berlangsung. Sedangkan jika dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *e-money* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan. Meningkatnya aktivitas berbelanja online juga mampu memicu peningkatan penggunaan *e-money*. Mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan transaksi dengan metode digital payment karena berbagai pertimbangan seperti lebih cepat, praktis, dan aman untuk digunakan.

Disamping itu terdapat banyak potongan-potongan harga dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik, wawancara yang dilakukan oleh Ulayya dan Mujiasih (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan hadirnya *e-money* yang dianggap memiliki kepraktisan dan kemudahan dalam pembayaran dimana dan kapanpun. Selain itu para mahasiswa promo *cashback* yang diberikan oleh layanan *e-money* mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk, karena mereka merasa hal tersebut akan menguntungkan mereka. Promosi yang diberikan ini mengakibatkan sebagian besar mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran, mereka cenderung membeli tanpa berpikir lebih panjang tentang kebutuhan dan kegunaan tersebut.

Penelitian dari (Fatmasari, 2016) yang menyebutkan Perkembangan *e-money* pada kalangan remaja dapat mengubah perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luas dalam melakukan transaksi keuangan dikarenakan factor kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* tersebut, trend inilah yang ditanggapi secara positif oleh mahasiswa.

Penggunaan *e-money* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (R.Slamet, 2011).

Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa, dimana perilaku konsumtif terjadi karena berapa faktor yakni sosial budaya dan masih banyak lagi mahasiswa lebih tergoda dengan adanya potongan harga maupun diskon mereka lebih mementingkan kemauan di bandingkan keperluan yang kenaikan gaya hidup. Perilaku konsumtif memiliki dampak positif yaitu individu yang memiliki perilaku konsumtif akan merasa kepuasan memiliki rasa kebahagiaan tersendiri.

Sebagaimana allah berfirman dalam kitab suci al-quran (Al- Isra: 26-27).

Artinya: "dan janganlah kamu menghamburkan hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya". (Al- Isra: 26-27)

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang. Sebenarnya pembelian berulang, atau sikap boros tidak selalu memiliki konotasi yang buruk.

Akan tetapi pada sisi lainnya, pembelanja yang loyal akan meningkatkan

perekonomian khususnya jika pengguna *e-money* mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Namun, sikap boros akan menjadi masalah, jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya. Dalam hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap gila belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut.

Dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negative kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu diharapkan kontrol diri mampu menekan atau mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *e-Money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung dan berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang di peroleh pada saat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2013)

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan bersifat primer, yang berarti data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber asli, yaitu Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi. Untuk mengumpulkan data dari subjek penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner.

Berdasarkan obyek penelitian, maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi angkatan 2020, 2021 dan 2022. Jumlah mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2020, 2021 dan 2022 adalah 399.

Alat analisis data yang digunakan yaitu: Uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, Uji hipotesis yang terdiri dari koefisien determinasi, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan komputerisasi SPSS 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS 25. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Corrected Item-Total

Correlation, yang mana apabila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut valid. Dengan $n = 100$, dimana $df = n-2$ ($100-2$) dengan tingkat signifikan 5% maka diperoleh r tabel sebesar 0,220.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

| No | Variabel | Indikator | r.hitung | r.tabel | Ket |
|----|----------------------|-----------|----------|---------|-------|
| 1. | E-money | X1.1 | 0,431 | 0,220 | Valid |
| | | X1.2 | 0,408 | 0,220 | Valid |
| | | X1.3 | 0,235 | 0,220 | Valid |
| | | X1.4 | 0,350 | 0,220 | Valid |
| | | X1.5 | 0,375 | 0,220 | Valid |
| | | X1.6 | 0,242 | 0,220 | Valid |
| | | X1.7 | 0,244 | 0,220 | Valid |
| | | X1.8 | 0,246 | 0,220 | Valid |
| | | X1.9 | 0,356 | 0,220 | Valid |
| 2. | GayaHidup (X2) | X2.1 | 0,582 | 0,220 | Valid |
| | | X2.2 | 0,602 | 0,220 | Valid |
| | | X2.3 | 0,497 | 0,220 | Valid |
| | | X2.4 | 0,578 | 0,220 | Valid |
| | | X2.5 | 0,625 | 0,220 | Valid |
| | | X2.6 | 0,481 | 0,220 | Valid |
| | | X2.7 | 0,601 | 0,220 | Valid |
| | | X2.8 | 0,521 | 0,220 | Valid |
| | | X2.9 | 0,580 | 0,220 | Valid |
| | PerilakuKonsumtif(Y) | Y1 | 0,659 | 0,220 | Valid |
| | | Y2 | 0,712 | 0,220 | Valid |
| | | Y3 | 0,710 | 0,220 | Valid |
| | | Y4 | 0,723 | 0,220 | Valid |
| | | Y5 | 0,697 | 0,220 | Valid |
| | | Y6 | 0,664 | 0,220 | Valid |
| | | Y7 | 0,557 | 0,220 | Valid |
| | | Y8 | 0,653 | 0,220 | Valid |
| | | Y9 | 0,640 | 0,220 | Valid |
| | | Y10 | 0,231 | 0,220 | Valid |
| | | Y11 | 0,226 | 0,220 | Valid |

| | | | | | |
|--|--|-----|-------|-------|-------|
| | | Y12 | 0,224 | 0,220 | Valid |
|--|--|-----|-------|-------|-------|

Sumber: Output SPSS 27, 2023.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner sebagai indeks variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS 27 mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai > 0.60 . (Ghozali, 2016).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .890 | 30 |

Sumber: Output SPSS 27,

2023.

Berdasarkan dari tabel di atas diketahui bahwa variabel yang diteliti memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari setiap variabel yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel atau handal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 1.142 | 7.980 | | .887 |
| | E-money | .722 | .188 | .358 | <.001 |
| | Gaya Hidup | .517 | .106 | .457 | <.001 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber:
 Pengolahan
 SPSS 27,

Hasil
 Data
 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 3 diatas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

$$= 1,142 + 0,722 + 0,517$$

Berdasarkan persamaan regresi linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta (α) = 0,1142 hal ini berarti jika variabel *E-money*, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif dianggap konstan (tetap) sama dengan 0 (nol) maka nilai variabel keputusan berkunjung sebesar 0,1142.
- b) b_1 (nilai koefisien regresi X_1) = 0.722 nilai koefisien *E-money* bertanda positif sebesar 0,722. Hal ini menunjukkan apabila *E-money* mengalami perubahan satu satuan, maka Perilaku Konsumtif akan berubah sebesar 722 satuan.
- c) b_2 (nilai koefisien regresi X_2) = 0,517 nilai koefisien Gaya Hidup bertanda positif sebesar 0,517. Hal ini menunjukkan apabila Gaya Hidup mengalami perubahan satu satuan, maka Perilaku Konsumtif akan berubah sebesar 0,517 satuan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2016) koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .575 ^a | .331 | .313 | 5.47813 |

Sumber:
SPSS 27, 2023

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, E-money

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Output

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan (Sugiyono). Berdasarkan hasil perhitungan statistik melalui SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,313. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat sebesar 31% sedangkan sisanya sebesar 69% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terikat.

PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis uji di atas, hipotesis dapat diuji menggunakan uji f serta uji t . Hasil yang dijelaskan tersebut mengenai pengaruh *E-money* dan gaya hidup

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan dari pengujian tersebut memperlihatkan adanya dampak positif dan signifikan bagi tindakan konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi. Dan berdampak positif signifikan terhadap Gaya Hidup bagi tindakan konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Jambi.

Pengaruh *E-money* terhadap perilaku konsumtif

Variabel *E-money* berpengaruh terhadap tindakan konsumtif di mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang tertera pada tabel 3.11 yang menjelaskan bahwa t hitung $>$ nilai t tabel = $3,843 > 1,991$ serta angka signifikan gaya hidup yakni $0,001 < 0,05$. Jadi, *E-money* berdampak bagi tindakan konsumtif mahasiswa. Penelitian ini sejalan dengan riset (Yuliana, 2021) bahwasanya *E-money* berdampak positif signifikan bagi tindakan konsumtif mahasiswa.

Menurut (Idriayu, 2018) ketentuan dalam pengambilan keputusan Konsumen yang terlihat “irasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau trend. Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal biasa, selama membeli itu benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau yang benar-benar dibutuhkan (primer). Oleh karena manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi (economic) membantu setiap individu dalam memenuhi kebutuhan dengan baik dan terhindar dari kerugian financial.

Berdasarkan hasil penelitian mahasiswa Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi cenderung konsumtif, Perilaku konsumtif tersebut dapat dijelaskan dengan pernyataan mahasiswa yang lebih sering membeli barang untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan dari pada menabung atau investasi, suka berbelanja karena terpengaruh dengan discount, memilih mengisi waktu luang dengan teman-teman di coffee shop, mall, atau bioskop, dan menggunakan *E-money*. sebagai media transaksi karena sedang trend, mudah, dan mendapatkan discount atau cashback. Selain itu, mahasiswa juga sering membeli khususnya barang di bagian *fashion*. Berdasarkan hasil peneliti bahwa mahasiswa program studi Ekonomi Islam pada jenis kelamin didominasi oleh wanita dengan persentase 58% sedangkan laki- laki lebih sedikit yaitu 22%. Belanja merupakan kebiasaan yang sering dilakukan oleh wanita.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi, Kesimpulannya bahwa semakin glamor atau hedonisme gaya hidup dari mahasiswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif. Namun sebaliknya, apabila terjadi penurunan sikap mewah dan hedonisme gaya hidup dari mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Universitas Jambi.

Dari pengamatan yang peneliti lihat, peneliti menemukan adanya fenomena gaya hidup dalam perilaku keuangan dikalangan mahasiswa, yang mengakibatkan milenial banyak yang mengikuti zaman dengan gaya hidup kekinian atau hedonisme. Hedonisme ini merupakan sifat seseorang untuk perilaku hidup mewah. Adanya kehidupan hedonise ini dikalangan mahasiswa dapat terlihat dari kehidupan kekecinannya sehari-hari seperti yang sudah dijelaskan diatas mahasiswa sering berfoya-foya seperti suka jalan-jalan, beli gadget, nongkrong di cafe, beli barang branded dengan harga selangit, beli kopi mahal untuk posting instagram. Dengan kondisi keuangan yang memadai agar sebisa mungkin milenial mengikuti arus moderenitas dengan barang-barang berkelas, gaya berpakaian, dan sesuai dengan *style* saat ini agar terciptanya *image* sebagai seseorang yang berkelas.

Hal ini bisa disebabkan karena rendahnya tingkat pemahaman mengenai pengelola keuangan yang tepat, apabila mereka memahami bagaimana cara mengelola keuangan yang tepat maka mereka tidak akan terjerumus dalam ruang lingkup hedonism, atau tidak boros dalam memperlakukan keuangan. Dengan gaya hidup yang tinggi membuat perilaku keuangan juga menjadi gambaran bagaimana seseorang bersikap ketika dihadapkan dengan keputusan keuangan yang harus diambilnya. Seseorang yang mampu mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya tidak akan mengalami kesulitan di masa depan dan memperlihatkan perilaku yang sehat sehingga mampu menentukan skala prioritas tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya (Atika, 2014). Sehingga setelah mengetahui dasar dari penegloalan keuangan, sehingga kita akan tahu bahwa segala sesuatu harus diawali dengan berfikir terlebih dahulu sebelum bertindak.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa implikasi dari penelitian ini:

1. Penggunaan E-money memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Jambi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Jambi.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *E-money* dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan yang tinggi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Jambi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi pengguna *e-money*, khususnya mahasiswa program studi Ekonomi Islam Universitas Jambi, disarankan untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan uang elektronik. Mereka dapat meminimalisir perilaku konsumtif dengan lebih cermat dalam mempertimbangkan fungsi dan kegunaan saat berbelanja, mengonsumsi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan, serta mengutamakan skala prioritas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat pengembangan yang lebih lanjut. Penelitian ini melibatkan tiga variabel, yaitu *e-money*, gaya hidup, dan perilaku konsumtif. Peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel atau melakukan peninjauan yang lebih mendalam dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Hal ini akan menghasilkan penelitian yang beragam dan informative, serta dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmasari, D. dan S. W. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. 4(1).
- Febriaty, P. dan. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 2(3), 1–8.
- Ghozali.(2016a). Analisis Uji Asumsi Klasik.
- Idriayu, F. A. F. dan M. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar*. 4, 1.
- Ike Nia Yuliana, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In Alfabeta (Issue 465).
- Rahma Dinda Atika, dan S. R. (2014). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LOVE OF MONEY, DAN HASIL BELAJAR MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN AKUNTANSI UNESA
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8.
<https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- R.Slamet, T. dan. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. 11(2).

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wialdy, G. T. I. dan K. (2019). *Memprediksi Hubungan Variabel Antesden Dari Niat Untuk Menggunakan Analisis Epiris Pada Aplikasi E-money*. 10(2).
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>