

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP *CONSUMER BEHAVIOR* MAHASISWA

Ahmad Syaichoni

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
syaichoniahmad@gmail.com*

Abstract: *Islam governs all aspects of human life. As a Muslim, human behavior is regulated in accordance with Islamic values and norms. The pattern of behavior in the industrial era as it is now influenced by many factors, one of which is the understanding of financial literacy. An understanding of financial literacy is needed in terms of fulfilling the needs of life so that human behavior in utilizing its income becomes directed and does not conflict with the values and norms of Islamic teachings. The study was conducted on students of the Islamic Economics and Business Faculty of LAIN Tulungagung. Research data obtained through questionnaires. Then the data were analyzed using a regression test. The results showed that students with an understanding of financial knowledge were not used as a basis in determining choices in consuming goods and services. Students in consuming desired goods and services are not influenced by their financial management behavior. Students who have good financial attitudes will tend to be better and wise also in their financial behavior, conversely students with poor financial attitudes will tend to have bad financial*

behavior as well. Students with positive financial satisfaction will use all of their income to spend according to Islamic rules and guidelines so that their behavior in consuming goods and services will result in positive satisfaction and in accordance with Islamic law. Students with an understanding of financial knowledge are not used as a basis in determining choices in consuming goods and services.

Keywords: *Financial Knowledge, Financial Behavior, Financial Attitude, Financial Satisfaction, Consumer Behavior*

Abstrak: *Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Sebagai seorang muslim, perilaku manusia telah diatur sesuai dengan nilai dan norma syariat Islam. Pola perilaku di era industri seperti sekarang dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya yaitu pemahaman tentang literasi keuangan. Pemahaman tentang literasi keuangan sangat diperlukan dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup agar perilaku manusia dalam memanfaatkan pendapatannya menjadi terarah dan tidak bertentangan dengan nilai dan norma ajaran Islam. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN Tulungagung. Data penelitian diperoleh melalui pemberian kuesioner. Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman financial knowledge tidak dijadikan dasar dalam penentuan pilihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Mahasiswa dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang diinginkan tidak dipengaruhi oleh perilaku pengelolaan keuangannya. Mahasiswa yang mempunyai sikap keuangan yang baik akan cenderung lebih baik dan bijak pula dalam perilaku keuangannya, sebaliknya mahasiswa dengan sikap keuangan yang buruk akan cenderung mempunyai perilaku keuangan yang buruk juga. Mahasiswa dengan financial satisfaction yang positif akan menggunakan seluruh pendapatannya untuk dibelanjakan sesuai dengan aturan dan tuntunan Islam sehingga perilakunya dalam mengkonsumsi barang dan jasa akan menghasilkan kepuasan yang positif dan sesuai syariat Islam. Mahasiswa dengan pemahaman financial knowledge tidak dijadikan dasar dalam penentuan pilihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.*

Kata Kunci: *Financial Knowledge, Financial Behavior, Financial Attitude, Financial Satisfaction, Consumer Behavior*

PENDAHULUAN

Dalam kajian ekonomi mikro, manusia dihadapkan pada bagaimana usaha yang dilakukan untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan untuk menopang kehidupannya. Satu kegiatan ekonomi yang pasti dilakukan adalah kegiatan konsumsi baik barang maupun jasa. Sebagai seorang muslim, perilaku manusia telah diatur sesuai dengan nilai dan norma syariat Islam yang semua itu harus dilandaskan pada al-Quran dan tuntunan Rasulullah, agar seorang muslim bisa memanifestasikan *consumer behavior* sesuai prinsip-prinsip syariah. Pola perilaku di era industri seperti sekarang dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang digagas oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi sangat penting bagi masyarakat agar terhindar dari kesulitan dalam mengelola keuangan. Masalah keuangan tidak saja menyangkut tentang pendapatan (*income*) semata, tetapi juga sering terjadi karena terdapat kesalahan dapat mengelola keuangan. Artinya perilaku seseorang dalam memanfaatkan keuangan akan menyebabkan seseorang mengalami kesulitan di masa yang akan datang. Kesalahan pemanfaatan keuangan dapat pula disebabkan karena pola konsumsi yang tidak tepat. Lebih lanjut *consumer behavior* akan sangat ditentukan oleh tingkat literasi keuangannya.

Sekarang ini keuangan syariah mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah. Adanya keuangan syariah ini dituntut mampu menghilangkan transaksi keuangan yang terdapat unsur maysir, *gharar*, dan riba. Perkembangan keuangan syariah tidak lepas dari peran masyarakat itu sendiri. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat akan menentukan perkembangan keuangan syariah, dan masyarakat yang mayoritas muslim dengan adanya lembaga keuangan syariah ditambah dengan program literasi

keuangan seharusnya memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik (*well literate*).

Menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016, tingkat pengguna produk dan jasa keuangan syariah di Indonesia baru sebesar 11,06%. Sedangkan indeks literasi keuangan syariah sebesar 8,11%. (SP/07/DKNS/OJK/I/2017). Hal ini menunjukkan bahwa dari 100 orang di Indonesia baru 11 orang yang menggunakan produk dan jasa keuangan syariah. Selain itu, pemahaman masyarakat terhadap layanan dan produk keuangan syariah masih sangat rendah. Survei tersebut dilakukan OJK di seluruh provinsi yang mencakup 9.680 responden di 64 kota dengan mempertimbangkan gender, umur, pengetahuan, strata wilayah, pekerjaan, pengeluaran dan tingkat pendidikan. Meski demikian secara umum indeks literasi keuangan sebesar 29,66% meningkat dibandingkan dengan hasil SNLIK OJK pada tahun 2013 yaitu sebesar 21,84%.

Dari hasil penelitian tersebut, OJK bersama IJK menyusun Strategi Nasional Literasi Indonesia (SNLKI) yang di dalamnya terdapat berbagai macam program strategis dan program inisiatif yang bertujuan untuk lebih meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Literasi keuangan sangat penting untuk mendukung fungsi-fungsi ekonomi. Semakin banyak masyarakat yang tahu mengenai manfaat produk dan jasa keuangan syariah, semakin besar transaksi keuangan yang dapat diciptakan dan pada akhirnya akan menggerakkan roda perekonomian.

Perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa dalam kajian ekonomi dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Salah satu hal yang dijadikan landasan dalam melakukan konsumsi adalah teori konsumsi dengan ketidakpastian informasi yang tidak lengkap dan tidak lengkap. Perilaku konsumsi seperti ini diakibatkan oleh *asymmetric information* yang dari

asymetric information ini timbul disebabkan oleh *adverse selection* dan *moral hazard*.¹ Karenanya pemahaman terkait *financial knowledge* sangat diperlukan terutama bagi seorang muslim dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang diperlukan. Sehingga setiap pengeluaran yang dilakukan oleh seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa akan memberikan dampak berupa kepuasan dalam kehidupannya.

Dalam kajian ekonomi *consumer behavior* dapat dinyatakan dalam fungsi *utilitas*. Seorang konsumen dikatakan melakukan kegiatan konsumsi yang rasional jika konsumen tersebut berusaha memaksimalkan fungsi *utilitas*-nya yang dapat diukur dengan banyaknya barang dan jasa yang dikonsumsi dan banyaknya barang yang ditahan (*durable goods*) yang dimiliki atau dikuasai pada tingkat pendapatan tertentu.² Dengan demikian perilaku konsumen seseorang akan dipengaruhi oleh pemahaman terkait literasi keuangannya.

Seorang konsumen yang rasional akan mencapai tingkat utilitas maksimum jika memberikan kepuasan (*satisfaction*) yang maksimum pula. Hal ini dapat terjadi jika seluruh pendapatan sudah habis dibelanjakan untuk barang-barang yang diinginkan. Maka *financial satisfaction* akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Begitupun dengan mahasiswa, dalam mengkonsumsi barang dan jasa akan selalu didasarkan pada tingkat pendapatan yang dimiliki. Maka pemahaman terkait literasi keuangan syariah akan menjadi penting sebagai ukuran dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang mana dalam proses pemilihannya sudah dibekali dengan ilmu pengetahuan terkait keuangan. Sehingga pada akhirnya

¹ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 83.

² Muhammad, *Ekonomi Mikro Islam*, (Yogyakarta; BPFE Yogyakarta, 2016), hal. 203.

akan menciptakan perilaku keuangan yang mencerminkan hasil dari pengetahuan yang diperoleh secara akademik.

Mahasiswa IAIN Tulungagung, sebagai remaja yang menuju tahap dewasa juga sangat berpotensi terkena perilaku konsumtif. Apalagi di dukung dengan lokasi kampus IAIN Tulungagung yang relatif dekat dengan pusat kota. Akses yang sangat mudah untuk bisa menuju ke pusat perbelanjaan, *food court*, kafe, bioskop dan banyak yang lainnya. Menurut pengamatan awal yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa IAIN Tulungagung, terlihat bahwa cara berpakaian, kendaraan yang digunakan, makanan yang dibeli semua menunjukkan bahwa mereka sangat mengikuti *trend* saat ini. Perilaku keuangan mahasiswa akan menunjukkan bahwa setiap pengeluaran dari sumber keuangannya dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi kehidupannya. Oleh sebab itu, pemahaman terkait literasi keuangan syariah menjadi menarik untuk dikaji untuk menggambarkan perilaku konsumen dalam menentukan pilihan barang dan jasa yang dikonsumsinya.

Di IAIN Tulungagung salah satu program studi yang diminati mahasiswa terdapat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentunya mereka dituntut untuk memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang baik. Umumnya pengetahuan keuangan yang baik akan mempengaruhi perilaku konsumsi (*consumer behavior*) seseorang. Termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan kegiatan-kegiatan ekonomi yang dilakukan sehari-hari.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari penjelasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah terhadap *consumer behavior*, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut: (1) Apakah *financial knowledge* berpengaruh signifikan

terhadap *consumer behavior* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?; (2) Apakah *financial behavior* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?; (3) Apakah *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?; (4) Apakah *financial satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?; (5) Apakah *financial knowledge*, *financial behavior*, *financial attitude*, dan *financial satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seseorang selalu dihadapkan kepada berbagai pilihan barang maupun jasa yang diharapkan mampu memenuhi dan menunjang aktivitas hidupnya. Dalam proses pemenuhan kebutuhan tersebut, maka pengetahuan manusia terkait dengan proses pemilihan barang atau jasa (*choice*) menjadi hal penting dalam menentukan apa yang akan dikonsumsi. Di antara hal yang menjadi pertimbangan dalam pemenuhan barang dan jasa adalah sumber pendapatan yang dimiliki seseorang.

Setiap manusia pasti memiliki sumber pendapatan yang berbeda, maka pemahaman seseorang terkait dengan bagaimana mengelola keuangan akan menentukan perilaku hidupnya dalam memenuhi keperluan hidupnya. Pemahaman terkait dengan keuangan

ini yang dikenal dengan literasi keuangan. Menurut Manurung literasi keuangan adalah “seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.”³ Dengan kemampuan ini, maka seseorang akan mampu mengelola sumber pendapatan dengan efektif dan dapat memaksimalkan seluruh potensi keuangan yang dimiliki.

Lusardi dan Mitchell mengemukakan bahwa literasi keuangan dapat diartikan sebagai “pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan.”⁴ Hal ini dapat dimaknai bahwa persiapan perlu dilakukan untuk menyongsong globalisasi, lebih spesifiknya globalisasi dalam bidang keuangan. Pemahaman seseorang tentang keuangan akan menjadi pintu dan kunci seseorang dalam mendapatkan kesejahteraan yang diharapkan dapat menunjang aktivitas dan kebutuhan manusia baik untuk memenuhi keperluan hidup baik untuk masa sekarang dan masa yang akan datang. Pengetahuan tentang keuangan ini akan menentukan bagaimana upaya manusia yang dilakukan untuk mendapatkan kesejahteraan dalam hidupnya.

Bhushan dan Medury menjelaskan literasi keuangan sangat penting karena beberapa alasan. Pertama, konsumen yang memiliki

³ Adler H. Manurung dan Lutfi T. Rizky, *Successful Financial Planner: A Complete Guide*. (Jakarta: Grasindo, 2009), hal. 24.

⁴ Lusardi dan Mitchell Lusardi, A. dan Mitchell, OS (2007), *Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education*, Business Economic, 42 (1), 35-43.

literasi keuangan bisa melalui masa-masa keuangan yang sulit karena faktanya bahwa mereka mungkin memiliki akumulasi tabungan, membeli asuransi dan diversifikasi investasi mereka. Kedua, literasi keuangan juga secara langsung berkorelasi dengan perilaku keuangan yang positif seperti pembayaran tagihan tepat waktu, angsuran pinjaman, tabungan sebelum habis dan menggunakan kartu kredit secara bijaksana.⁵

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang literasi keuangan akan menentukan bagaimana masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangannya. Tingkat literasi keuangan juga akan menentukan investasi yang akan digunakan merupakan investasi yang paling tepat untuk keuangannya pada masa yang akan datang serta memahami aktivitas investasi di lembaga keuangan yang memberikan manfaat secara rasional dan jelas.

Pemahaman seseorang terkait literasi keuangan menurut Kutlu Ergun menjadikan seseorang mampu mengambil keputusan secara efektif dan mengambil informasi yang berkaitan dengan penggunaan dan pengaturan keuangan secara benar.⁶ Di antara hal yang penting dipahami manusia adalah bagaimana menggunakan sumber keuangan dengan efektif dan efisien. Pemahaman ini akan didapatkan oleh seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik

⁵ Bhushan, P., & Medury, Y. (2013), *Financial literacy and its determinants*, International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA), 4(2), 155-160.

⁶ Kutlu Ergun, 2017, *Financial Literacy among University Students: A Study in Eight European Countries*, Wiley International Journal of Consumer Studies hal. 3

sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat dalam mendistribusikan sumber pendapatan yang dimiliki.

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan bentuk pengembangan dari literasi keuangan yang didasarkan pada konsep nilai dan prinsip-prinsip syariah. Aspek yang termuat dalam literasi keuangan syariah sangat bervariasi. Salah satu di antaranya adalah tentang pengelolaan dan pendistribusian harta seperti tabungan yang diperuntukkan untuk masa yang akan datang ataupun keperluan yang tidak terduga-duga. Aspek lain menyangkut perencanaan keuangan seperti investasi, asuransi dan dana pension. Selain itu terdapat aspek lain yaitu aspek sosial dengan tujuan untuk membantu dan saling tolong menolong seperti zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Perilaku seseorang dalam memanfaatkan harta (uang) tergantung pada seluruh aspek tersebut.

Dalam kajian OECD literasi keuangan meliputi beberapa hal yaitu; *financial knowledge*, *financial behavior*, *financial attitude* dan *financial satisfaction*. Pembelanjaan harta seseorang akan mempertimbangkan hal tersebut. Dengan demikian seseorang akan selalu membutuhkan beberapa pertimbangan dalam melakukan pembelanjaan hartanya. Hal ini berarti *consumer behavior* akan ditentukan oleh beberapa hal sebagaimana tersebut di atas.

Financial Knowledge merupakan pemahaman terkait bagaimana tata cara pengelolaan keuangan pribadi seseorang dalam mempersiapkan masa yang akan datang agar mendapatkan

kemampuan ekonomi yang *sustainable* dalam memenuhi keperluan hidup. *Consumer behavior* seseorang terbentuk dari hasil implementasi *financial knowledge* yang digunakan sebagai landasan seseorang dalam mengambil keputusan dalam mendistribusikan sumber pendapatan yang dimiliki. Pemanfaatan sumber keuangan dan sumber daya yang dimiliki secara tepat dan efisien merupakan bukti bahwa seseorang tersebut memiliki *financial knowledge* yang bagus.

Financial behavior merupakan perilaku individu atau kelompok yang berhubungan dengan penggunaan sumber keuangan yang dimiliki. Ricciardi Victor dan Simon K Helen menjelaskan bahwa yang dimaksud *financial behavior* merupakan salah satu disiplin ilmu integrasi dari berbagai keilmuan yang ditinjau dari berbagai aspek yaitu psikologi, sosiologi serta keuangan yang terjadi secara berkesinambungan.⁷

Definisi lainnya tentang *financial behavior* adalah sebagaimana disampaikan Hersh Shefrin yaitu ilmu yang mempelajari berbagai fenomena psikologi seseorang dalam kaitannya dengan perilaku keuangannya.⁸ Sumber keuangan seseorang sudah semestinya dikelola dan dikembangkan agar dapat bermanfaat untuk kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan pada masa yang akan datang. Pengelolaan keuangan yang baik tentu berdasarkan kemampuan dari individu

⁷ Ricciardi Victor, Simon K. Helen, *What is Behavioral Finance ?* dalam Business, Education and Technology Journal Tahun 2000.

⁸ Hersh Shefrin, *Beyond Greed and Fear: Understanding Behavioral Finance and Psychology of Investing*, Harvard Business School Press, 2000.

dalam mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Dimensi lainnya adalah *financial attitudes* menurut Irine Herdjiono dan Lady Angela Damanik menjelaskan bahwa *financial attitudes* berkaitan dengan pola pemikiran, pemahaman dan penilaian serta pendapat seseorang berkaitan dengan konsep keuangan.

Menurut Furnham sebagaimana dikutip Irine Herrdjiono dan Lady Angela Damanik menjelaskan konsep *financial attitudes* adalah sebagai berikut:

1. *Obsession* merupakan pemikiran seseorang dalam hal keuangan dan pandangannya yang berkaitan dengan masa yang akan datang dalam merencanakan keuangan dengan bijak.
2. *Power* merupakan kekuasaan seseorang dalam memanfaatkan uang sebagai sarana untuk mempengaruhi dan mengendalikan orang lain. Dengan uang yang berada dalam kekuasaannya tersebut dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan.
3. *Effort* merupakan usaha yang telah dilakukan seseorang menunjukkan dalam memiliki uang.
4. *Indequacy* merupakan hasrat seseorang yang selalu merasa belum cukup dalam menguasai dan memiliki uang.

5. *Retention* merupakan pemahaman seseorang dalam memiliki dan menguasai uang tidak untuk dihabiskan dan dihaburkan.
6. *Security* merupakan persepsi seseorang tentang uang bahwa uang tersebut akan aman jika disimpan sendiri tidak untuk ditabung di lembaga keuangan maupun digunakan untuk investasi.

Hira dan Mugenda menjelaskan bahwa *financial satisfaction* merupakan tata cara dalam pengelolaan uang dengan benar. Maknanya adalah jika semakin baik seseorang dalam mengelola keuangannya maka *financial satisfaction* juga akan meningkat. Hidup seseorang dapat mencapai kepuasan jika diupayakan dengan cara pembenahan dalam melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan memadai. Hal ini dapat terealisasi jika kebutuhannya sudah terpenuhi baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kebutuhan yang diperuntukkan untuk diri sendiri ataupun kebutuhan yang dipeuntukkan orang lain seperti amal sedekah. Bahkan mencakup kebutuhan untuk hal-hal yang tidak terduga yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang. Dengan demikian keahlian dalam mengelola uang yang baik dan tepat merupakan hal yang wajib dikuasai oleh seseorang guna meningkatkan pengelolaan uang secara berkesinambungan dan komprehensif.

Consumer Behavior

Kajian terkait *consumer behavior* dalam ilmu ekonomi mikro merupakan kajian yang menarik untuk dibahas dikarenakan

keputusan seseorang tersebut pasti didasarkan terhadap berbagai aspek kehidupan. Selain itu *consumer behavior* ini kajiannya mencakup perseorangan dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, budaya dan kehidupan sosialnya masing-masing individu.

Pengertian *consumer behavior* adalah studi dari individu, kelompok atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, menempatkan, produk, pelayanan, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kemauan dan dampak dari proses ini kepada konsumen dan masyarakat.⁹ Ruang lingkup *consumer behavior* mencakup banyak hal karena *consumer behavior* adalah sebuah studi dari proses yang berkembang ketika individu atau sekelompok orang memilih, menggunakan, atau membuang sebuah produk, pelayanan, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa *consumer behavior* merupakan studi mengenai pribadi seseorang atau kelompok dalam menentukan hak mereka dalam memilih, membeli, menggunakan dan mengganti suatu produk atau layanan agar tercapainya apa yang mereka inginkan dari suatu produk atau layanan tersebut.

Perilaku seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu selalu didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu dalam mengambil keputusan. Dalam ekonomi Islam sebagaimana dijelaskan Roger Leroy Miller *consumer behavior* seorang muslim didasarkan pada asumsi rasionalitas

⁹ Hawkins et al., *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy, 10th Edition*, (New York: The Mc Graw-Hill Companies, Inc., 2007) hal. 6.

¹⁰ Michael R. Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 7th ed, Upper Saddle River, (New Jersey: Prentice Hall, 2007), hal. 7.

yakni anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), bukan mengambil keputusan dengan tidak sengaja yang bisa berdampak buruk bagi diri mereka.¹¹

Perilaku seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu selalu didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu dalam mengambil keputusan. Dalam ekonomi Islam sebagaimana dijelaskan Roger Leroy Miller *consumer behavior* seorang muslim didasarkan pada asumsi rasionalitas yakni anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), bukan mengambil keputusan dengan tidak sengaja yang bisa berdampak buruk bagi diri mereka.¹²

Adapun yang dimaksud bahwa manusia dalam melakukan konsumsi selalu bersikap rasional menurut Jack Hirshleifer dan David Hirshleifer adalah “*action selected on the basis of reasoned thought rather than out of habit, prejudice, or emotion*”¹³ yakni suatu tindakan yang dilakukan berdasarkan pemikiran yang mempunyai dasar dan alasan bukan berdasarkan kebiasaan, prasangka atau tingkat emosi. Sikap rasional dalam konsumsi juga bisa bermakna “*action that actually succeeds in achieving desired goals*” yaitu suatu tindakan yang secara nyata dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan ingin dicapai.

¹¹ Roger Leroy Miller, *Economics Today 7th ed.*, (New York: Harper Collins Publisher, 1991), hal. 6.

¹² Roger Leroy Miller, *Economics Today 7th ed.*, (New York: Harper Collins Publisher, 1991), hal. 6.

¹³ Jack Hirshleifer dan David Hirshleifer *Price Theory and Application 6th ed.*, (New Jersey: Prentice Hall, 1998), hal. 185-198.

Lebih lanjut menurut Robert H. Frank mengemukakan bahwa sikap rasionalitas seseorang dalam melakukan konsumsi didasarkan pada dua hal yakni pertama *self interest rationality* (rasionalitas kepentingan pribadi) yang menjelaskan bahwa manusia dalam melakukan sesuatu digerakkan oleh *self interest*.¹⁴ *Self interest* menurut Miller seseorang mengejar sesuatu yang menjadi tujuan bukan hanya memperbanyak harta kekayaan melainkan juga mencakup tujuan lain yang berhubungan dengan tingkat kepuasan, kebanggaan, persahabatan, cinta dan kekuasaan, serta menolong sesama.¹⁵ Kedua *present aim rationality* menurut John Broome menyatakan bahwa manusia manusia dalam mengambil tindakan tidak bersikap mementingkan kepentingan pribadinya (*self interest*) melainkan didasarkan atas preferensinya secara konsisten.¹⁶

Consumer behavior seorang muslim dalam Islam adalah tidak menganjurkan pemenuhan keinginan (*maximizing of satisfaction*) yang sifatnya tidak terbatas. Islam menganjurkan untuk memenuhi kebutuhan (*fulfilling needs*). Secara hirarkis menurut Muhammad, kebutuhan manusia mencakup; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, di antaranya adalah

¹⁴ Robert H. Frank, *Microeconomics and Behavior*, (New York: McGraw Hill, 2003), hal. 241.

¹⁵ Miller, *Economics Today ...*, hal. 6.

¹⁶ John Broome, *Ethics out of Economics*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1999), hal. 22.

isbraf dan *tabdzir*, juga norma yang berkaitan dengan anjran untuk melakukan infak.¹⁷

Menurut Muhammad *isbraf* dapat diartikan sebagai pengeluaran yang dilakukan guna pembelanjaan yang tidak mempunyai manfaat sama sekali dan dilarang dalam pandangan syariat Islam.¹⁸ *Tasharruf* harta yang dipebolehkan dan dianjurkan dalam Islam adalah yang *tasharruf* untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) dengan asumsi dilakukan sesuai rasionalitas. *Isbraf* merupakan larangan Allah sebagaimana termaktub dalam al-Quran. Sedangkan yang dimaksud dengan *tabdzir* berarti mengeluarkan uang untuk sesuatu hal yang diharamkan dan dilarang dalam syariat Islam. Perilaku seperti bukan merupakan *consumer behavior* seorang muslim dan dilarang oleh Allah.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طُّ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

“*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu saudara syaitan. Dan Syetan itu kepada Tuhannya kufur*” (QS 17:27)

Manusia dalam memenuhi kebutuhan selalu berorientasi kepada pemenuhan kebutuhan dalam upaya untuk mengumpulkan harta kekayaan serta untuk mempersiapkan masa yang akan datang. Al-Ghazali menyatakan dalam Adiwarman Karim bahwa semangat manusia dalam mengumpulkan kekayaan dan memenuhi kebutuhannya dapat menjurus kepada sikap serakah dan hanya

¹⁷ Muhammad, *Ekonomi Mikro Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2016), hal. 169.

¹⁸ *Ibid.*, hal 169.

memperturutkan nafsu pribadi semata. Sehingga dinyatakan bahwa harta kekayaan merupakan ujian tereser dalam hidup.¹⁹

Berdasarkan ayat al-Qur'an di atas, lebih lanjut dijelaskan bahwa perilaku konsumen seorang muslim harus didasarkan pada Firman Allah di atas. Dalam konsep pemenuhan kebutuhan al-Syatibi mengemukakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan seorang muslim berlandaskan konsep masalah yakni masalah *dharuriyyah*, masalah *hajjiyyah* dan masalah *tabsiniyyah*.²⁰

Maslahah menurut bahasa sebagaimana dinyatakan Ahmad Warson Munawwir mempunyai arti yang sama dengan *al-fa'idah* yang mempunyai banyak arti di antaranya bermakna faedah, kepentingan dan kemanfaatan.²¹ Louis Ma'luf menuliskan bahwa masalah bermakna segala sesuatu yang dapat memberikan kegunaan bagi manusia baik bagi dirinya maupun kelompoknya.²²

Secara lebih rinci konsep masalah ini dijelaskan oleh Wahbah al-Zuhayli yang mana masalah terbagi menjadi tiga bagian, di antaranya adalah sebagai berikut:²³

- a. Masalah *dharuriyyah* (kebutuhan primer) yaitu masalah yang berhubungan dengan penegakan atau kepentingan terhadap

¹⁹ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 89.

²⁰ Ibrahim ibn Musa ibn Muhammad al-Lakmi al-Gharnati al-Syahir al-Syatibi, *al-Munaffaqat Juz 2*, (Dar ibn Arfan, 1997), hal. 17.

²¹ Ahmad Warson Munawwir *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), hal. 789.

²² Louis Ma'luf, *Al-Munjid fi al-Lughab wa al-A'lam*, (Beirut: Dar al-Mashriq, 2000), hal. 432.

²³ Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Juz 1*, (Damshiq: Dar al-Fikr, 1984), hal. 104.

al-din (agama) dan dunia, yang mana apabila jika tidak terpenuhi maka akan mengakibatkan kebinasaan dan ketimpangan dalam urusan dunia, juga akan mendapatkan siksa dalam urusan akhirat. Masalah dalam hal ini masuk ke dalam konsep *maqashid al-syari'yyah al-kulliyah* yang menjadi pondasi utama dari masalah lain.

- b. Masalah *hajjiyah* (kebutuhan sekunder) yaitu segala sesuatu baik barang maupun jasa yang diperlukan dalam rangka mengeliminir atau menghilangkan kesulitan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas. Kebutuhan ini merupakan penopang dari masalah *dharuriyyah* (kebutuhan primer).
- c. Masalah *tahsiniiyah* (kebutuhan pelengkap) yaitu segala sesuatu yang menurut adat kebiasaan merupakan sesuatu yang disenangi dan dianggap baik oleh masyarakat dan menghindari hal-hal yang tidak disenangi masyarakat. Kebutuhan ini merupakan penopang dari masalah *hajjiyah* (kebutuhan sekunder).

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang dilakukan untuk memahami variabel independen antara satu dengan yang lain.²⁴

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 35.

Penelitian ini menurut Sugiyono juga menggunakan metode kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka-angka dengan analisis menggunakan statistik.²⁵

Penelitian ini dilakukan di salah satu Perguruan Tinggi Islam yaitu kampus dakwah dan peradaban Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung yang beralamat di Jl. Mayor Sujadi Timur – Plosokandang kecamatan Kedungwaru kabupaten Tulungagung. Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Berdasarkan data yang tercantum di di sistem akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat dikelompokkan ke dalam beberapa program studi.

Pertama adalah program studi Ekonomi Syariah sebanyak 2.173 mahasiswa. Yang kedua adalah program studi Perbankan Syariah dengan mahasiswa sejumlah 1.733. Program studi ketiga adalah Akuntansi Syariah yang berjumlah 533 mahasiswa. Yang kelima adalah program studi Manajemen Bisnis Syariah dengan mahasiswa sejumlah 190. Sedangkan untuk program studi program studi Manajemen Zakat dan Wakaf sebanyak 134 mahasiswa Dan yang terakhir adalah Manajemen Keuangan Syariah berjumlah 116 mahasiswa. Secara keseluruhan, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 4.879 mahasiswa.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 388 mahasiswa. Jumlah sampel ini ditentukan berdasarkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 5%. Pengambilan sampel diperoleh menggunakan metode *random sampling* yaitu menentukan teknik penentuan sampel secara acak.²⁶ Dalam penelitian

²⁵ *Ibid.*, hal. 23.

²⁶ *Ibid.*, hal. 156.

penentuan sampel yaitu mahasiswa yang sudah mendapatkan mata kuliah yang berkaitan dengan keuangan syariah dan perilaku ekonomi (*consumer behavior*) dalam kegiatan ekonomi. Mata kuliah yang dimaksud di antaranya adalah manajemen keuangan syariah, ekonomi mikro dan makro Islam, serta lembaga keuangan syariah.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dimana data tersebut disajikan dalam bentuk angka-angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).²⁷ Dalam hal ini data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari sampel yang telah mengisi kuesioner.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner yang disampaikan kepada responden dan dikumpulkan secara langsung. Selain menggunakan kuesioner, proses pengumpulan data juga menggunakan dokumentasi. Kemudian data yang telah terkumpul melalui kuisisioner nantinya akan diolah dengan menggunakan aplikasi *SPSS* dengan uji regresi.

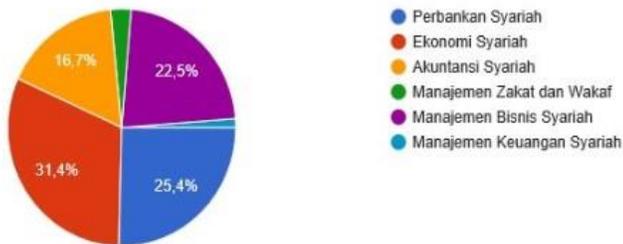
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang telah disebar untuk kemudian diisi oleh responden ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang terdiri dari enam program studi. Di antara enam program studi tersebut di antaranya adalah Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Manajemen Zakat

²⁷ Indriantoro N dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1994), hal. 147.

dan Wakaf, Manajemen Bisnis Syariah dan Manajemen Keuangan Syariah. Diagram persentase responden kuesioner dapat dilihat pada diagram berikut.

Persentase Pengisian Kuesioner



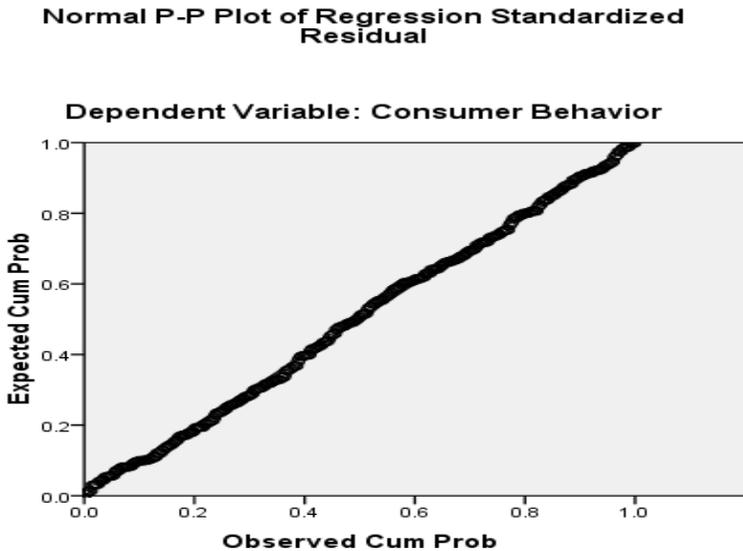
Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dalam penelitian kuantitatif, terdapat beberapa analisis yang harus dilakukan di antaranya adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Pertama adalah uji normalitas data penelitian dengan menggunakan metode probability plots. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam melakukan uji normalitas menggunakan probability plot sebagaimana Imam Ghozali menjelaskan bahwa model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.²⁸ Hal ini menjadi salah syarat bahwa dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi akan menjadi penelitian yang baik jika memenuhi asumsi

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), hal. 161.

normalitas data. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode probability plots dapat digambarkan sebagai berikut.

Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data Primer Diolah,2019

Berdasarkan gambar di atas dapat diinterpretasikan bahwa data plotting (titik-titik) menyebar mengikuti garis diagonal. Gambar di atas menunjukkan tidak ada data plotting (titik-titik) yang memencar dan tidak berada pada garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dengan menggunakan probability plot, berdistribusi normal. Dengan demikian salah satu syarat dalam melakukan analisis regresi linier berganda sudah terpenuhi. Data penelitian yang diambil dari kuesioner penelitian ini mempunyai distribusi data yang normal. Setelah uji normalitas data kemudian dilakukan uji multikolinearitas.

Dalam uji multikolinearitas ini dasar yang digunakan adalah nilai Tolerance dan VIF. Hasil pengujian multikolinearitas dapat digambarkan dalam tabel berikut.

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.457	1.680		11.580	0.000		
Financial Knowledge	0.091	0.64	0.91	1.418	0.157	0.519	1.926
Financial Behavior	-0.64	0.76	-0.66	-0.833	0.405	0.344	2.904
Financial Attitude	-0.320	0.59	-0.282	-5.411	0.000	0.786	1.272
Financial Satisfaction	0.379	0.68	0.434	5.542	0.000	0.347	2.881

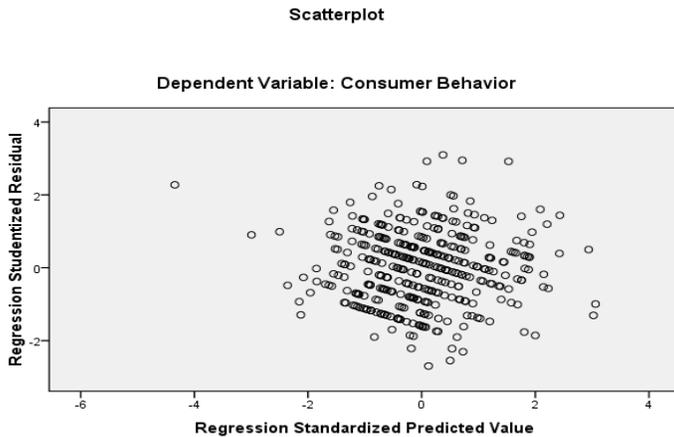
Sumber: Data Primer Diolah,2019

Dasar yang digunakan dalam pengambilan uji multikolinearitas Tolerance dan VIF Menurut Imam Ghozali bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas, Jika nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.²⁹ Kesimpulan dari uji multikolinearitas sebagaimana terdapat pada tabel di atas dinyatakan tidak ada gejala multikolinearitas. Selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas scatterplots. Menurut Imam Ghozali Tidak terjadi

²⁹ *Ibid.*, hal. 107-108.

heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.³⁰ Hasil dari uji heteroskedastisitas scatterplots dapat dilihat pada gambar berikut.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplots



Sumber: Data Primer Diolah,2019

Setelah serangkaian uji asumsi klasik telah dilaksanakan dan sudah memenuhi kriteria dalam penelitian kuantitatif selanjutnya adalah dilakukan uji validitas instrumen data penelitian. Uji validitas dengan menggunakan *pearson product moment*. Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian keusioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden. Kuesioner penelitian dikatakan berkualitas jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas *pearson*

³⁰ *Ibid.*, hal. 139.

product moment menggunakan prinsip mengkorelasikan antara masing-masing skor item kuesioner dengan skor total jawaban responden.

Dasar yang digunakan dalam pengambilan uji validitas *pearson product moment* yaitu dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan instrumen data penelitian adalah valid. Sedangkan jika nilai r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid. Hasil dari r tabel dapat diketahui dengan $N=388$ pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r tabel statistik, maka diperoleh nilai r tabel 0,138. Selain itu, uji validitas juga bisa dengan melihat nilai signifikansi (sig.) Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 dinyatakan instrumen data penelitian adalah valid. Sedangkan jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka instrumen penelitian tidak valid.

Variabel yang pertama (X1) adalah *Financial Knowledge* yang berdasarkan kuesioner penelitian terdapat tujuh item pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Ringkasan hasil uji validitas variabel X1 (*Financial Knowledge*)

No. item	r hitung	r tabel 5% (20)	Sig.	Kriteria
X1.1	0,691	0,138	0,000	valid
X1.2	0,709	0,138	0,000	valid
X1.3	0,691	0,138	0,000	valid
X1.4	0,687	0,138	0,000	valid
X1.5	0,635	0,138	0,000	valid
X1.6	0,636	0,138	0,000	valid
X1.7	0,677	0,138	0,000	valid

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Variabel yang kedua (X2) adalah *Financial Behavior* yang berdasarkan kuesioner penelitian juga terdapat tujuh item pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Ringkasan hasil uji validitas variabel X2 (*Financial Behavior*)

No. item	r hitung	r tabel 5% (20)	Sig.	Kriteria
X2.1	0,669	0,138	0,000	Valid
X2.2	0,687	0,138	0,000	Valid
X2.3	0,697	0,138	0,000	Valid
X2.4	0,684	0,138	0,000	Valid
X2.5	0,689	0,138	0,000	Valid
X2.6	0,736	0,138	0,000	Valid
X2.7	0,650	0,138	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Variabel yang ketiga (X3) adalah *Financial Attitude* yang berdasarkan kuesioner penelitian juga terdapat tujuh item pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Ringkasan hasil uji validitas variabel X3 (*Financial Attitude*)

No. item	r hitung	r tabel 5% (20)	Sig.	Kriteria
X3.1	0,479	0,138	0,000	valid
X3.2	0,604	0,138	0,000	valid
X3.3	0,371	0,138	0,000	valid

X3.4	0,302	0,138	0,000	valid
X3.5	0,482	0,138	0,000	valid
X3.6	0,471	0,138	0,000	valid
X3.7	0,479	0,138	0,000	valid

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Variabel yang keempat (X4) adalah *Financial Satisfaction* yang berdasarkan kuesioner penelitian terdapat delapan item pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Ringkasan hasil uji validitas variabel X4 (*Financial Satisfaction*)

No. item	r hitung	r tabel 5% (20)	Sig.	Kriteria
X4.1	0,638	0,138	0,000	valid
X4.2	0,715	0,138	0,000	valid
X4.3	0,697	0,138	0,000	valid
X4.4	0,710	0,138	0,000	valid
X4.5	0,757	0,138	0,000	valid
X4.6	0,732	0,138	0,000	valid
X4.7	0,606	0,138	0,000	valid
X4.8	0,678	0,138	0,000	valid

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Variabel yang terakhir sebagai variabel dependent (Y) adalah *Consumer Behavior* yang berdasarkan kuesioner penelitian terdapat tujuh item pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Ringkasan hasil uji validitas variabel Y (*Consumer Behavior*)

No. item	r hitung	r tabel 5% (20)	Sig.	Kriteria
Y.1	0,312	0,138	0,000	valid
Y.2	0,457	0,138	0,000	valid
Y.3	0,720	0,138	0,000	valid
Y.4	0,638	0,138	0,000	valid
Y.5	0,446	0,138	0,000	valid
Y.6	0,325	0,138	0,000	valid
Y.7	0,708	0,138	0,000	valid

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Setelah dilakukan uji validitas terhadap instrumen penelitian, selanjutnya adalah dilakukan uji reliabilitas. Uji Reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas *Cronbach Alpha*. Kuesioner penelitian dikatakan berkualitas jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Uji reliabilitas ini dilakukan setelah item kuesioner terbukti valid. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut secara berulang-ulang. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item kuesioner dalam suatu variabel penelitian. Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Hasil Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha*

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
X1.1	133.38	126.045	0.593	0.866
X1.2	133.37	126.234	0.596	0.866
X1.3	133.26	126.775	0.565	0.867
X1.4	133.87	126.101	0.475	0.868
X1.5	133.62	128.174	0.451	0.869
X1.6	133.45	129.240	0.331	0.871
X1.7	133.67	127.432	0.468	0.868
X2.1	133.61	126.079	0.590	0.866
X2.2	133.97	126.606	0.440	0.869
X2.3	133.65	125.158	0.608	0.865
X2.4	133.54	126.503	0.576	0.867
X2.5	133.71	127.221	0.554	0.867
X2.6	133.87	125.443	0.600	0.866
X2.7	133.94	126.074	0.556	0.867
X3.1	133.82	124.121	0.640	0.865
X3.2	134.72	131.231	0.096	0.880
X3.3	134.36	133.141	0.046	0.879
X3.4	133.83	135.018	-0.037	0.880
X3.5	133.69	127.213	0.449	0.868
X3.6	134.92	138.035	-0.174	0.884
X3.7	133.59	127.539	0.467	0.868
X4.1	134.04	125.280	0.514	0.867
X4.2	133.83	125.247	0.608	0.865
X4.3	133.67	125.368	0.607	0.866
X4.4	133.49	126.617	0.620	0.866
X4.5	133.61	125.194	0.630	0.865
X4.6	133.70	124.931	0.652	0.865
X4.7	133.36	128.633	0.472	0.869
X4.8	133.54	126.880	0.578	0.867
Y1	133.82	126.589	0.567	0.867
Y2	135.30	135.477	-0.058	0.880
Y3	134.00	133.403	0.035	0.879
Y4	134.45	133.809	0.011	0.880
Y5	133.54	126.207	0.559	0.867
Y6	133.65	125.841	0.564	0.866

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
Y7	134.26	134.024	0.000	0.881

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Kuesioner penelitian dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,06. Berdasarkan hasil uji reliabilitas *cronbach alpha* di atas dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian dikatakan reliabel. Dasar pengambilan keputusan uji-t parsial (regresi berganda) berdasarkan nilai signifikansi dijelaskan Imam Ghozali jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independent (X) berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).³¹ Hasil analisis regresi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh di antara dua variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Hasil Uji Regresi Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.457	1.680		11.580	0.000		
Financial Knowledge	0.091	0.64	0.91	1.418	0.157	0.519	1.926
Financial Behavior	-0.64	0.76	-0.66	-0.833	0.405	0.344	2.904
Financial Attitude	-0.320	0.59	-0.282	-5.411	0.000	0.786	1.272
Financial Satisfaction	0.379	0.68	0.434	5.542	0.000	0.347	2.881

Sumber: Data Primer Diolah,2019

³¹ *Ibid.*, hal. 101.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Financial Knowledge (X1) tidak berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)
2. Financial Behavior (X2) tidak berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)
3. Financial Attitude (X3) berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)
4. Financial Satisfaction (X4) berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)

Selanjutnya adalah dasar pengambilan keputusan uji-t parsial (regresi berganda) berdasarkan nilai tabel dan hitung Menurut V. Wiratna Sujarweni jika nilai t hitung $>$ t tabel maka artinya variabel independent (X) berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).³² Rumus mencari t tabel = $(\alpha/2; n-k-1) = (0,05/2; 388-4-1) = (0.025; 383) = 1,97190$. Hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Financial Knowledge (X1) tidak berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)
2. Financial Behavior (X2) tidak berpengaruh terhadap Consumer Behavior (Y)
3. Financial Attitude (X3) berpengaruh negatif terhadap Consumer Behavior (Y)
4. Financial Satisfaction (X4) berpengaruh positif terhadap Consumer Behavior (Y)

³² V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 154.

Setelah dilakukan uji-t parsial untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, selanjutnya adalah dilakukan uji F simultan untuk menganalisis pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Hasil uji F simultan dapat dilihat pada tabel berikut.

Hasil Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	716.866	4	179.217	21.617	0.000
Residual	3175.327	383	8.291		
Total	3892.193	387			

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Dasar pengambilan keputusan uji F simultan (regresi berganda) berdasarkan nilai signifikansi sebagaimana dijelaskan oleh Imam Ghozali jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel independent (X) berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).³³ Berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Financial Knowledge* (X1), *Financial Behavior* (X2), *Financial Attitude* (X3) dan *Financial Satisfaction* (X4) secara simultan berpengaruh terhadap *Consumer Behavior* (Y).

³³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 101.

Sedangkan hasil analisis data uji F simultan regresi berganda berdasarkan nilai F tabel dan F hitung. Dasar pengambilan keputusan uji F simultan (regresi berganda) berdasarkan nilai tabel dan hitung sebagaimana dijelaskan V. Wiratna Sujarweni (2014:154) jika nilai F hitung $>$ F tabel maka artinya variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).³⁴

Rumus mencari F tabel = $(k; n-k) = (4; 388-4) = 2,41$. Dari data di atas dapat kita simpulkan bahwa hasil uji F simultan menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* (X1), *Financial Behavior* (X2), *Financial Attitude* (X3) dan *Financial Satisfaction* (X4) secara simultan berpengaruh terhadap *Consumer Behavior* (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Consumer Behavior

Berdasarkan hasil uji-t parsial regresi berganda diketahui bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh terhadap *consumer behavior*. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi variabel *financial knowledge* lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seseorang dalam memutuskan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang diinginkan tidak dipengaruhi oleh tingkat pemahamannya tentang keuangan.

Hasil analisis ini tidak membuktikan bahwa mahasiswa dengan *financial knowledge* yang tinggi akan mempunyai *consumer behavior* yang baik. Sebaliknya mahasiswa dengan kemampuan *financial knowledge*

³⁴ Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian ...*, hal. 154.

rendah bukan berarti akan salah dalam memutuskan barang dan jasa yang akan dibelinya sehingga menyebabkan *consumer behavior* orang tersebut menjadi buruk dan salah dalam membelanjakan pendapatannya.

Consumer behavior dapat dipengaruhi berbagai faktor, salah satunya sebagaimana dijelaskan oleh Kotler adalah gaya hidup seseorang. Seseorang dalam mengekspresikan bagaimana dia hidup dan menggunakan keuangannya.³⁵ Berkaitan dengan *consumer behavior* mahasiswa ini membuktikan bahwa pola perilakunya tidak dapat dikendalikan dengan *financial knowledge* walaupun tingkat pemahaman antar mahasiswa pasti mempunyai perbedaan.

Consumer behavior mahasiswa yang mempunyai kecenderungan tidak dilakukan berdasarkan tingkat pengetahuan menunjukkan bahwa *consumer behavior* mahasiswa tidak selamanya dipengaruhi oleh pengetahuannya terkait keuangan tetapi juga disebabkan oleh berbagai faktor lain baik yang rasional maupun irasional. Nababan dan Sadalia menyampaikan bahwa perilaku seseorang didasarkan pada faktor psikologi dan emosi.³⁶

Penelitian ini sejalan dengan argumen Kaiser dan Menkhoff bahwa *financial education* pada negara yang mempunyai tingkat penghasilan yang rendah dan menengah tidak memberikan hasil yang efektif sehingga tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan.³⁷ Hal

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hal. 192.

³⁶ Nababan dan Sadalia, *Analisis Personal Financial Literacy ...*, hal. 1-16.

³⁷ Tim Kaiser and Lukas Mankhoff, *Dose Financial Education Impact Financial Behavior, and If So, When ?* dalam Discussion Paper of Berlin Tahun 2016.

yang sama juga dikemukakan oleh Kholilah dan Iramani yang menjelaskan bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa.³⁸

Pengaruh Financial Behavior Terhadap Consumer Behavior

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *financial behavior* tidak berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior*. Hasil uji-t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *financial behavior* lebih dari 0,05 yang menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang diinginkan tidak dipengaruhi oleh perilaku pengelolaan keuangannya.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *financial behavior* tidak berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* dapat dikaitkan dengan keputusan pembelian seseorang tidak selalu berdasarkan bagaimana pengelolaan dan manajemen keuangannya akan tetapi juga didasarkan oleh faktor yang lainnya. Penelitian ini tidak membuktikan bahwa seseorang dalam memilih barang dan jasa yang diinginkan selalu didasarkan pada manajemen dan pengelolaan keuangannya. Dalam penentuan pilihan barang dan jasa yang dikonsumsi tidak berarti atas dasar dan pertimbangan pengelolaan keuangannya.

³⁸ Naila Al Kholilah dan Iramani Rr, *Studi Management Behavior pada Masyarakat Surabaya* dalam Journal of Business and Banking Vol. 3 No. 1 Tahun 2013, hal. 69-80

Gailliot menggambarkan bahwa pengendalian diri ini berkaitan dengan bagaimana upaya seseorang dalam mengatasi dan menekan pikiran dan emosi dalam mengambil keputusan.³⁹ Dalam hal pemilihan barang dan jasa seseorang akan dihadapkan pada situasi dan kondisi dimana ia harus memilih apakah keputusan pembelian yang dia lakukan sesuai dengan pengelolaan dan perencanaan yang telah dibuat atau berdasarkan sikap dalam pengendalian diri yang tidak tepat sehingga seseorang memutuskan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang tidak terencana.

Pengaruh Financial Attitude Terhadap Consumer Behavior

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *financial attitude* dan *consumer behavior*. Dasar pengambilan keputusan hasil uji-t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *financial attitude* kurang dari 0,05. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang mempunyai sikap keuangan yang baik akan cenderung lebih baik dan bijak pula dalam perilaku keuangannya.

Sebaliknya mahasiswa dengan sikap keuangan yang buruk akan cenderung mempunyai perilaku keuangan yang buruk juga. Dalam mengkonsumsi barang jasa akan cenderung salah dan tidak bijak sehingga pembelian barang dan jasa menjadi kurang efektif yang

³⁹ MT Gailliot, RF Baumeister, CN Dewart, JK Maner, EA Plant, DM Tice, LE Brewer and BJ Scmeichel, *Self Relies on Glucose as Limited Energy Source: Willpower is Niere Then a Metaphor* dalam *Journal of Personality and Social Psychology*, 92 (2), Tahun 2007, hal. 325.

pada akhirnya memberikan dampak pembelian yang kurang memberikan manfaat.

Sikap keuangan mahasiswa akan mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan barang dan jasa yang dikonsumsi. Sikap yang baik ini akan memberikan dampak yang positif bagi seseorang dalam memutuskan barang dan jasa yang dikonsumsi. Sikap keuangan yang baik juga akan mengarahkan seseorang untuk selalu merencanakan dan mengelola keuangan menjadi lebih baik. Kemampuan seperti ini akan membantu seseorang dalam mengatur pengeluaran keuangan pribadi.

Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa beberapa hal yang dapat dijadikan indikator *financial attitude* di antaranya; pertama adalah *obsesion* yang menunjukkan pandangan dan persepsinya tentang uang. Seseorang yang mempunyai *financial attitude* yang baik akan menunjukkan persepsi dan pola pikir yang tepat tentang uang dan cara pengelolaannya. Kedua adalah *power* yang berkaitan dengan penggunaan uang sebagai solusi mengatasi masalah. Seseorang yang mempunyai *financial attitude* yang baik tidak akan menggunakan uang yang dimilikinya untuk mempengaruhi orang lain dan mengendalikannya sesuai keinginannya.

Ketiga adalah *effort* yakni kemampuan untuk mengendalikan dan mengontrol sumber pengeluaran keuangan yang tidak perlu. *Financial attitude* seseorang akan memberikan dampak kepada penggunaan uang yang dimiliki. Seseorang dengan *financial attitude* yang baik akan mampu mengontrol diri untuk mengatur pengeluaran.

Keempat adalah *inadequacy* yang menunjukkan kemampuan seseorang untuk menyesuaikan pendapatannya dengan keperluan hidupnya. Seseorang yang mempunyai tingkat *financial attitude* yang baik akan mampu memilih barang dan jasa yang paling diprioritaskan dalam kehidupannya. Sumber keuangannya akan selalu digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mengedepankan kemanfaatan barang dan jasa.

Kelima adalah *retention* yakni upaya seseorang untuk mempertahankan uang yang dimilikinya dan tidak digunakan untuk membeli barang dan jasa yang tidak berguna. Seseorang dengan *financial attitude* yang baik akan menggunakan uang secara bijak. Seluruh pendapatannya tidak akan digunakan dan dihabiskan untuk barang dan jasa yang tidak memberikan manfaat. Penggunaan uang yang bijak dan direncanakan menunjukkan bahwa seseorang tersebut mempunyai sikap keuangan yang baik.

Keenam adalah *Securities* berkaitan dengan pandangan dan persepsinya tentang keuangan. *Financial attitude* yang baik akan memberi dampak terhadap pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsinya. Seseorang dengan *financial attitude* yang baik berpandangan bahwa uang harus selalu berkembang dan diinvestasikan. Dengan demikian seseorang tidak hanya berfokus bagaimana menggunakan keuangan pribadinya secara baik dan bijak tetapi juga mengutamakan upaya untuk mengembangkan uangnya serta menghindari sikap boros dalam pembelian barang dan jasa.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap keuangan seseorang berpengaruh terhadap perilaku keuangan sejalan dengan hasil penelitian Mien and Thao yang menyatakan bahwa sikap keuangan seseorang akan memberikan dampak yang baik dan memberikan kecenderungan perilaku keuangan yang baik pula.⁴⁰ Sehingga sikap keuangan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula dalam penentuan dan pemilihan barang dan jasa yang diinginkan.

Pengaruh Financial Satisfaction Terhadap Consumer Behavior

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel *financial satisfaction* kurang dari 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan keuangan yang baik akan menghasilkan *consumer behavior* yang baik pula.

Penelitian ini sejalan dengan argumen yang disampaikan oleh Xiao, Tang dan Shim menunjukkan bahwa mahasiswa dengan perilaku keuangan yang positif mempunyai peluang yang besar untuk mendapatkan kepuasan keuangan yang pada akhirnya memberikan

⁴⁰ Mien Nguyen Thi Ngoc and Thao Thran Puong, *Factor Affecting Personal Financial Management Behavior: Evidence from Vietnam* dalam Proceeding of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economic, Financial and Social Science Tahun 2015.

kepuasan dalam hidup.⁴¹ Seseorang dengan *financial satisfaction* yang positif akan menumbuhkan perilaku konsumen dalam memilih barang dan jasa dan pembelanjaan keuangannya sesuai dengan syariat Islam.

Consumer behavior yang baik dan memenuhi kriteria dan kaidah sebagaimana dijelaskan dalam ekonomi mikro Islam terbentuk dari kepuasan keuangan yang positif. Hal ini merupakan indikasi bahwa dalam mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung mempunyai konsep *consumer behavior* yang sesuai dengan syariat Islam.

Perilaku dalam menentukan dan memilih barang dan jasa yang dikonsumsi menunjukkan bahwa seseorang ingin mendapatkan kemaslahatan dalam pembelanjaan hartanya. Hal ini akan menuntut seorang untuk pandai dalam mengelola keuangan guna mendapatkan kepuasan keuangan yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan hidup.

Penelitian membuktikan bahwa mahasiswa dengan *financial satisfaction* yang positif akan menggunakan seluruh pendapatannya untuk dibelanjakan sesuai dengan aturan dan tuntunan Islam sehingga perilakunya dalam mengkonsumsi barang dan jasa akan menghasilkan kepuasan yang positif dan sesuai syariat Islam. Terkait dengan kepuasan keuangan ini Britt, Fernatt, Nelson, Yook, Blue, Canale, Stutz dan Tibbets menjelaskan bahwa kepuasan keuangan seseorang

⁴¹ Jing Jian Xiao, Chuanyl Tang and Soyoen Shim, *Acting for Happiness: Financial Behavior and Life Satisfaction of College Students* dalam *Social Indicators Research* May 2009, Volume 92, Issue hal. 53-68.

merupakan hasil dari pengetahuannya dalam mengelola dan membelanjakan keuangannya.⁴²

Consumer behavior menunjukkan cara dan perilaku seseorang dalam menentukan pilihan barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Penentuan barang dan jasa yang akan dikonsumsi tentu didasarkan pada perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik dan benar sehingga barang dan jasa yang akan dikonsumsi nantinya akan menghasilkan nilai dan manfaat yang sesuai. Pada akhirnya seseorang yang memperoleh kepuasan keuangan berdampak pada kepuasan hidupnya.

Pengaruh Financial Knowledge, Financial Behavior, Financial Attitude, Financial Satisfaction Terhadap Consumer Behavior

Hasil uji-F pada penelitian ini menunjukkan bahwa *financial knowledge, financial behavior, financial attitude* dan *financial satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior*. Dasar pengambilan uji F simultan regresi berganda didasarkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *financial knowledge, financial behavior, financial attitude* dan *financial satisfaction* dan *consumer behavior*.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung mempunyai *financial knowledge, financial behavior, financial attitude* dan *financial satisfaction* yang

⁴² Sonya L Britt, Fred Fernatt, Jeffrey S Nelson, Miyoung Yook, Jaim M Blue, Anthony Canale, Kristen Stutz and Racquel Tibbets, *The Efficacy of Financial Counseling for College Students* dalam *Consumer Interests Annual Volume* 58. 2012.

baik, maka mereka memiliki *konsumer behavior* yang baik pula dan bersifat positif dalam menentukan barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Dampak yang dapat kita lihat adalah perilaku konsumen yang menunjukkan bahwa setiap pengeluaran yang dilakukan selalu didasarkan pada hal-hal yang bersifat positif.

Secara umum dapat kita ketahui bahwa penggunaan keuangan mahasiswa digunakan ke arah dan tujuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Penggunaan keuangan ini selalu dikaitkan dengan usaha yang dilakukan manusia dalam menentukan pilihan barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Maka dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seseorang dihadapkan dengan berbagai pilihan barang dan jasa. Oleh sebab itu, perilaku seseorang dalam membuat keputusan terhadap barang dan jasa yang dipilih selalu dikaitkan dengan berbagai faktor.

Consumer behavior yang positif ditentukan oleh berbagai faktor yang mendukungnya. Untuk itu seseorang harus memahami berbagai hal terkait dengan *consumer behavior* ini. *Consumer behavior* sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya merupakan dampak dari upaya manusia dalam mengelola keuangannya. Dan salah satu pertimbangan yang dijadikan landasan adalah budget atau anggaran yang dimilikinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman *financial knowledge* tidak dijadikan dasar dalam penentuan pilihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Mahasiswa dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang diinginkan tidak dipengaruhi oleh perilaku pengelolaan keuangannya. Mahasiswa yang mempunyai sikap keuangan yang baik akan cenderung lebih baik dan bijak pula dalam perilaku keuangannya, sebaliknya mahasiswa dengan sikap keuangan yang buruk akan cenderung mempunyai perilaku keuangan yang buruk juga. Mahasiswa dengan *financial satisfaction* yang positif akan menggunakan seluruh pendapatannya untuk dibelanjakan sesuai dengan aturan dan tuntunan Islam sehingga perilakunya dalam mengkonsumsi barang dan jasa akan menghasilkan kepuasan yang positif dan sesuai syariat Islam. Mahasiswa dengan pemahaman *financial knowledge* tidak dijadikan dasar dalam penentuan pilihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Syatibi, Ibrahim ibn Musa ibn Muhammad al-Lakhmi al-Gharnati al-Syahir. (1997). *al-Muwaffaqat Juz 2*, Dar ibn Arfan.
- Al-Zuhayli, Wahbah. (1984). *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Juz 1*, Damshiq: Dar al-Fikr.
- Bhushan, P., & Medury, Y. (2013). "Financial literacy and its determinants," *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBEA)*, 4(2), 155-160.
- Broome, John. (1999). *Ethics out of Economics*, Cambridge: Cambridge University Press
- Dharmmesta, B.S. & Handoko. (1982). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku. Konsumen*, Jogjakarta : PBF Universitas Gadjah Mada.

- Ergun, Kutlu. (2017). "Financial Literacy among University Students: A Study in Eight European Countries", *Wiley International Journal of Consumer Studies*.
- Frank, Robert H.. (2003). *Microeconomics and Behavior*, (New York: McGraw Hill
- Hawkins, et, al.. (2007). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy, 10th Edition*, New York: The Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Herdjiono Irine, Damanik Angela Lady. (2016). "Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income terhadap Financial Management Behaviour", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 9 No.3*, Desember 2016.
- Hira, Tahira K & Mugenda Olive M. (1998). "Predictors Of Financial Satisfaction: Differences Between Retirees And Non-retirees", *Financial Counseling and Planning*, Volume 9 (2), 1998.
- Hirshsleifer, Jack and David Hirshsleifer, *Price Theory and Application 6th ed*, New Jersey: Prentice Hall.
- Indriantoro N dan Bambang Supomo. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Karim, Adiwarman. (2015). *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Lusardi, A. dan Mitchell, OS. (2007). "Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education", *Business Economic*, 42 (1), 35-43.
- Ma'luf, Louis. (2000). *Al-Munjid fi al-Lughab wa al-A'lam*, Beirut: Dar al-Mashriq.
- Manurung, Adler H. dan Lutfi T. Rizky. (2009). *Successful Financial Planner: A. Complete Guide*. Jakarta: Grasindo.

- Munawwir, Ahmad Warson. (1997). *Kamus Al-Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progressif.
- Miller, Roger Leroy. (1991). *Economics Today 7th ed.*, New York: Harper Collins Publisher.
- Muhammad. (2016). *Ekonomi Mikro Islam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Rahim, Siti Hafizah Abd., Rosemaliza Ab. Rashid, Abu Bakar Haned. (2016). *Factor Analysis of Islamic Financial Literacy and Its Determinants: A Pilot Study*, ISSC: International Soft Science Conference.
- Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 7th ed, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sutisna. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*, Jakarta: Indeks.