

Pengaruh Pinjaman Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Kota Pekanbaru

Fitri¹, Muhammad Syarullah², Niken Damayanti³

Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: fitriami@gmail.com¹, m.syahrullah@umri.ac.id², nikendamayanti@gmail.com³

ABSTRACT

The development of financial technology (fintech) has introduced online loan services that facilitate access to cash, including among students. While offering convenience and speed of disbursement, online loans have the potential to encourage student consumer behavior, leading to serious financial risks. This study aims to examine the influence of online loan use on the consumer behavior of students in the Islamic Banking Study Program in Pekanbaru City. The method used was quantitative, with a simple random sampling technique involving 81 respondents from a population of 442 students using online loans. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression analysis and classical assumption tests. The results showed a positive and significant influence of online loan use on student consumer behavior. These findings suggest that the ease of access and short process of online loans encourage students to engage in irrational and wasteful consumer behavior. Therefore, financial literacy education and strict regulations are urgently needed to reduce the risk of problem debt and foster healthy consumption patterns among students.

Keywords: Online Loans, Consumptive Behavior, Islamic Banking, Fintech, Financial Literacy

ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah menghadirkan layanan pinjaman online yang mempermudah akses dana tunai, termasuk di kalangan mahasiswa. Kendati menawarkan kemudahan dan kecepatan pencairan dana, pinjaman online berpotensi memacu perilaku konsumtif mahasiswa sehingga menimbulkan risiko finansial serius. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan pinjaman online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling sebanyak 81 responden dari populasi 442 mahasiswa pengguna pinjaman online. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan pinjaman online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan proses singkat pinjaman online mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif yang cenderung tidak rasional dan boros. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan edukasi literasi keuangan dan regulasi ketat guna mengurangi risiko

utang bermasalah serta membentuk pola konsumsi yang sehat di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Pinjaman Online, Perilaku Konsumtif, Perbankan Syariah, Fintech, Literasi Keuangan

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mentransformasi gaya hidup mahasiswa ke arah yang serba instan, menawarkan beragam kemudahan dan kenyamanan yang pada gilirannya berdampak signifikan pada pola pikir, gaya hidup, dan interaksi sosial mereka. Salah satu wujud nyata dari kemajuan ini adalah kehadiran internet sebagai media komunikasi canggih yang memegang peran krusial. Perkembangan yang pesat dan masif ini juga membawa mahasiswa memasuki era ekonomi digital, di mana sektor keuangan menjadi lebih modern dan efisien. Inovasi digital dalam layanan keuangan, atau Financial Technology (fintech), hadir berbasis perangkat lunak untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi, termasuk salah satu bentuknya yaitu layanan pinjaman dana online yang dikenal sebagai fintech peer-to-peer lending. Layanan ini dirancang untuk mempermudah mahasiswa mengakses dana tanpa prosedur rumit seperti pada bank konvensional.

Pinjaman online (pinjol) beroperasi melalui internet dengan daya tarik utama pada prosedurnya yang sederhana dan proses pencairan dana yang sangat cepat. Kemudahan ini, yang hanya membutuhkan pengunduhan aplikasi, pengisian data, dan pengunggahan dokumen, membuatnya sangat mudah diakses oleh mahasiswa. Namun, di balik kepraktisan tersebut tersimpan sejumlah risiko serius. Proses verifikasi online yang mensyaratkan akses ke seluruh data pribadi peminjam berpotensi menyebabkan penyebaran dan penyalahgunaan data. Lebih jauh, banyak debitur, termasuk mahasiswa, yang terjebak dalam jeratan utang akibat bunga yang berlipat ganda dan terbilang tinggi, sehingga mereka kesulitan memenuhi cicilan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai total pinjaman online di Indonesia mencapai angka yang signifikan, dengan Generasi Z dan Milenial (usia 19-34 tahun) sebagai kontributor terbesar. Yang mengkhawatirkan, kelompok usia inilah yang paling banyak mencatatkan kredit macet. Temuan Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) menyoroti bahwa 60% peminjam berusia 19-24 tahun menggunakan pinjaman untuk mendanai gaya hidup (seperti gadget atau konser) alih-alih kebutuhan mendasar. Fenomena ini menegaskan bahwa kemudahan akses pinjol berisiko memicu budaya konsumtif yang berbahaya. Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa ini ditandai dengan pembelian yang tidak rasional untuk memuaskan hasrat dan keinginan, seperti berbelanja barang tidak esensial, nongkrong di kafe, atau mengikuti tren fashion, yang lebih didorong oleh keinginan untuk kesenangan langsung dan konformitas sosial.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan praktik pinjaman online yang mengandung unsur riba (pengambilan keuntungan dari akad pinjam-meminjam), disertai ancaman, dan pembocoran aib adalah haram karena bertentangan dengan prinsip syariat Islam. Status hukumnya bergantung pada

mekanisme operasionalnya; lembaga wajib mematuhi prinsip syariah dan dianjurkan untuk memberikan keringanan bagi yang kesulitan. Di Kota Pekanbaru, studi yang dilakukan oleh Riau Research Center (R2C) mengungkapkan fenomena yang memprihatinkan di kalangan mahasiswa. Inflasi dan beban ekonomi mendorong banyak mahasiswa untuk mencari pemasukan tambahan, namun tidak sedikit yang akhirnya terperangkap dalam pinjol dan judi online. Survei menunjukkan 22% responden mengetahui temannya terjebak pinjol, termasuk mahasiswa Perbankan Syariah yang memanfaatkannya untuk mendanai gaya hidup konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan—mulai dari transformasi digital, kemudahan akses pinjol, tingginya angka utang, risiko penyalahgunaan data, budaya konsumtif, hingga pertimbangan hukum syariah dan kondisi riil di lapangan—penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan dengan judul "Pengaruh Pinjaman Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Kota Pekanbaru". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor pendorong dan korelasi antara penggunaan pinjaman online dengan munculnya perilaku konsumtif pada kelompok mahasiswa tersebut.

LITERATUR REVIEW

Theory of Planned Behavior (TPB)

Berdasarkan kerangka teoretis yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), Theory of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana menegaskan bahwa intensi atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tidak hanya dibentuk oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif yang berlaku di lingkungan sosialnya, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan individu mengenai kemampuannya dalam menjalankan tindakan tersebut. Sebagai sebuah kerangka teori, TPB dirancang untuk memahami dan menjelaskan beragam faktor yang mendasari keputusan seseorang untuk melakukan suatu tindakan, sehingga sangat relevan dan efektif digunakan untuk menganalisis minat serta perilaku konsumen, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan pembelian. Teori ini memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana interaksi antara sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol dapat secara bersama-sama memengaruhi perilaku individu.

Untuk dapat menerapkan dan memahami Teori Perilaku Terencana (TPB) secara komprehensif, diperlukan pengkajian mendalam terhadap tiga elemen utamanya, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pertama, sikap seseorang terhadap suatu tindakan dibentuk oleh keyakinan-keyakinan behavioral (behavioral beliefs) mengenai berbagai konsekuensi yang mungkin timbul dari perilaku tersebut. Keyakinan ini merepresentasikan evaluasi subjektif individu terhadap suatu situasi serta persepsinya mengenai dampak—baik positif maupun negatif—dari suatu tindakan, yang bersumber tidak hanya dari pengalaman langsung tetapi juga dari interpretasi terhadap lingkungan sosial. Kedua, norma subjektif merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan individu dari orang-orang terdekat yang dianggap berpengaruh

(significant others) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Persepsi ini bersifat personal dan sangat dipengaruhi oleh interpretasi individu terhadap harapan serta nilai-nilai yang dianut oleh lingkungan sosialnya, sehingga memainkan peran krusial dalam proses pengambilan keputusan.

Persepsi kontrol perilaku merupakan keyakinan seseorang mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan, yang didasarkan pada penilaiannya terhadap sumber daya, kesempatan, dan hambatan yang dimiliki. Penilaian ini mencakup ketersediaan alat pendukung, kecocokan dengan kondisi saat ini, kecakapan pribadi, serta adanya peluang atau rintangan. Konstruk ini merepresentasikan seberapa besar individu merasa mampu dan bebas untuk menjalankan suatu perilaku, di mana keyakinan akan kemampuan kontrol yang tinggi dapat mendorong terbentuknya niat dan realisasi tindakan, sementara perasaan tidak memiliki kendali yang cukup dapat melemahkan niat dan menghambat tindakan tersebut terjadi. Dengan demikian, ketiga elemen ini saling berinteraksi dan bersama-sama membentuk dasar dari Teori Perilaku Terencana.

Pinjaman Online dan Fintech Syariah

Berdasarkan makna harfiahnya, istilah "pinjaman" merujuk pada tindakan memanfaatkan barang atau aset (seperti uang) milik pihak lain untuk jangka waktu tertentu. Dalam konteks syariah, pinjaman ini mengikuti prinsip Qardh, yang secara etimologis berasal dari kata Arab al-Qath'u yang berarti "memotong". Konsep ini menggambarkan harta yang dipinjamkan sebagai suatu "potongan" dari harta milik pemberi pinjaman yang kemudian dialihkan hak gunanya kepada peminjam. Di era digital, prinsip pinjam-meminjam ini telah berevolusi menjadi layanan pinjaman daring yang dihadirkan oleh perusahaan financial technology (fintech) sebagai sebuah inovasi keuangan. Kehadirannya menawarkan kemudahan pencairan dana yang instan tanpa agunan dan prosedur tatap muka, sekaligus berperan sebagai pendorong transformasi ekosistem keuangan modern dengan meningkatkan efisiensi, stabilitas moneter, dan keandalan infrastruktur pembayaran.

Meskipun menawarkan keunggulan signifikan dalam hal kecepatan dan kemudahan akses—khususnya bagi mereka yang membutuhkan dana cepat untuk usaha atau kebutuhan mendesak—pinjaman online juga memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diwaspadai. Keterbatasan tersebut mencakup batasan nominal pinjaman yang mungkin tidak memenuhi seluruh kebutuhan finansial peminjam serta masalah asimetri informasi mengenai biaya-biaya yang harus ditanggung konsumen. Dalam konteks syariah, Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/IX/2018 secara tegas melarang pemberi pinjaman untuk mengambil keuntungan atau manfaat apa pun dari peminjam, menegaskan prinsip keadilan dan transparansi. Dari sisi regulasi, setiap penyedia layanan wajib terdaftar dan memperoleh izin operasional dari OJK sesuai amanat POJK No. 77/POJK.01/2016, dimana entitas yang beroperasi tanpa izin tergolong ilegal dan berpotensi merugikan konsumen. Dalam mengevaluasi kualitas suatu platform pinjaman online, terdapat dua indikator utama yang menjadi penilaian konsumen. Pertama, kualitas pelayanan yang mencakup keandalan (reliability), kompetensi, integritas, kecepatan tanggap, jaminan

keamanan, dan empati. Kepuasan pengguna terhadap aspek-aspek ini tidak hanya membentuk ekspektasi mereka di masa depan tetapi juga menciptakan dinamika persaingan antar perusahaan untuk terus menyempurnakan layanan. Kedua, perlindungan keamanan dan legalitas yang menunjukkan bahwa platform telah memenuhi seluruh kriteria dan perizinan dari OJK. Pemenuhan aspek keamanan dan kepatuhan hukum ini berkontribusi besar terhadap reputasi perusahaan serta membangun kepercayaan pengguna, mengurangi kekhawatiran akan risiko penipuan atau penyalahgunaan data, sehingga pada akhirnya mendorong interaksi dan transaksi yang lebih aman dan berkelanjutan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian berdasarkan dorongan keinginan yang kuat, bukan kebutuhan mendasar, demi mencapai kepuasan emosional sesaat. Perilaku ini ditandai dengan tindakan pembelian yang berlebihan (overbuying) terhadap barang atau jasa yang kurang esensial, sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan finansial. Menurut Sumartono, perilaku ini bersifat tidak rasional dan lebih mengutamakan pemenuhan keinginan (want) daripada kebutuhan (need), yang seringkali didorong oleh hasrat untuk merasakan kesenangan duniawi. Sementara itu, Assuari menambahkan bahwa perilaku konsumtif juga mencerminkan sifat materialistis dan keinginan kuat untuk memiliki barang-barang mewah. Beberapa faktor yang mendorong perilaku ini antara lain keinginan untuk tampil berbeda, kecenderungan ikut-ikutan terhadap tren, pengalaman belajar sebagai konsumen, kepribadian individu, serta konsep dan citra diri yang memengaruhi preferensi merek yang sesuai dengan identitas yang ingin diproyeksikan.

Indikator perilaku konsumtif dapat dikenali melalui pola interaksi konsumen dengan produk dan layanan di pasar. Pertama, kecenderungan membeli produk karena adanya penawaran khusus seperti diskon atau promosi, meskipun barang tersebut tidak termasuk dalam kebutuhan mendesak. Kedua, keputusan pembelian yang didasarkan pada penampilan fisik produk yang menarik, seperti desain atau kemasan, tanpa mempertimbangkan fungsionalitas atau manfaatnya. Ketiga, motivasi pembelian untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, terutama dalam kelompok perempuan dewasa muda yang ingin mendapatkan pengakuan sosial. Keempat, pertimbangan pembelian yang berpatokan pada harga sebagai simbol prestise, bukan pada nilai guna produk, yang merepresentasikan gaya hidup hedonis. Kelima, penggunaan produk bernilai tinggi sebagai simbol status sosial untuk mengekspresikan eksklusivitas dan strata ekonomi. Kelima indikator ini menggambarkan kompleksitas faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berperilaku konsumtif.

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif dikategorikan sebagai perilaku boros (israf) yang berfokus pada pemuasan kesenangan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan mendasar. Ajaran Islam mengatur kegiatan konsumsi melalui pedoman yang jelas dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, dengan tujuan mencapai kemaslahatan dan kesejahteraan hidup. Meskipun kecenderungan untuk berperilaku konsumtif ada dalam diri setiap individu, implementasinya sangat bergantung pada kesadaran akan nilai-nilai agama,

kondisi ekonomi, dan pemahaman tentang pengelolaan sumber daya yang bijaksana. Islam menekankan pentingnya keseimbangan dalam konsumsi, dimana setiap tindakan pembelian harus selaras dengan prinsip kebermanfaatan, keadilan, dan tanggung jawab sosial, sehingga terhindar dari pemborosan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

METODE

Berdasarkan filsafat positivisme yang mengedepankan fakta empiris, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak dari populasi mahasiswa Perbankan Syariah di tiga universitas di Kota Pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim, Universitas Muhammadiyah Riau, dan Universitas Islam Riau) yang berjumlah 442 orang. Penelitian yang akan dilaksanakan pada periode April-Juli 2025 ini berfokus pada menguji pengaruh pinjaman online sebagai variabel independen terhadap perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Dengan menggunakan rumus Slovin dan margin error 10%, diperoleh sampel sebanyak 81 mahasiswa yang memenuhi kriteria inklusi: terdaftar aktif di semester ganjil 2024/2025, memiliki minimal satu aplikasi pinjaman online, dan memiliki riwayat transaksi pinjaman online.

Variabel penelitian dioperasionalkan melalui indikator-indikator terukur. Variabel pinjaman online (X) diukur melalui kemudahan akses, kecepatan proses, suku bunga, jangka waktu, dan jumlah pinjaman. Sementara variabel perilaku konsumtif (Y) diukur melalui lima indikator: pembelian karena penawaran khusus, pembelian berdasarkan penampilan produk, pembelian untuk menjaga penampilan dan gengsi, pembelian berdasarkan pertimbangan harga bukan manfaat, serta pembelian untuk menjaga simbol status. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert yang disebarkan kepada responden, didukung oleh studi pustaka terhadap sumber-sumber terkini (jurnal 5 tahun terakhir dan buku 10 tahun terakhir).

Untuk memastikan kualitas instrument penelitian, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan kriteria $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05, dan uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha dengan nilai minimal 0,600. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan software IBM SPSS versi 23. Analisis data diawali dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test, uji multikolinieritas melalui tolerance value dan VIF, serta uji heteroskedastisitas.

Hubungan kausal antara variabel diuji melalui analisis regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX$, dilanjutkan dengan uji parsial (uji t) untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap dependen. Kriteria penerimaan hipotesis ditentukan melalui perbandingan thitung dengan ttabel pada $\alpha = 0,05$. Terakhir, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, dimana nilai yang mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang material.

Melalui rangkaian metodologi yang komprehensif ini, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang valid dan reliabel mengenai pengaruh pinjaman online

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru, sekaligus memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan literasi keuangan syariah dan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab di kalangan mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur penelitian diawali dengan penetapan karakteristik sampel. Subjek penelitian ditentukan sebagai mahasiswa program studi perbankan syariah pada Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI), Universitas Islam Riau (UIR), dan Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau yang aktif menggunakan layanan pinjaman online. Dari total 97 kuesioner yang kembali, sebanyak 81 responden dinyatakan layak dan memenuhi kriteria inklusi, sehingga data mereka yang digunakan dalam proses analisis.

Table 1. 1 Mahasiswa Perbankan Syariah Kota Pekanbaru

Universitas	Responden
UMRI	34 Responden
UIR	21 Responden
UIN	26 Responden

Hasil

Analisis Statistik Daeskriptif

Table 1. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	81	7.00	24.00	16.6790	3.49581
Y	81	6.00	19.00	13.9383	2.46266
Valid N (listwise)	81				

Sumber : Data diolah SPSS27, 2025

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

- Pinjaman Online (X1) dalam penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 7,00 dan nilai maksimum mencapai angka 24,00. Dengan demikian, rentang nilai yang diperoleh cukup luas, mencerminkan variasi tingkat penggunaan pinjaman online di antara para responden. Nilai rata-rata (mean) untuk variabel ini tercatat sebesar 16,67, yang menggambarkan bahwa secara umum sebagian besar responden menunjukkan tingkat

penggunaan pinjaman online yang relatif tinggi. Hal ini bisa diartikan bahwa mayoritas responden cenderung berperilaku cashless dengan menggunakan layanan pinjaman online secara intensif atau cukup sering. Selain itu, nilai standar deviasi sebesar 3,495 juga memberikan informasi penting terkait sebaran data. Standar deviasi yang tergolong kecil ini mengindikasikan bahwa data yang dikumpulkan dari para responden cukup homogen, atau dengan kata lain, nilai-nilai individu para responden tidak menyebar terlalu jauh dari nilai rata-rata tersebut. Kondisi ini menguatkan kesimpulan bahwa variasi tingkat pinjaman online di antara responden tidak terlalu ekstrem, sehingga data tersebut dapat dianggap stabil dan representatif untuk menggambarkan perilaku penggunaan pinjaman online pada populasi yang diteliti.

- b. Perilaku Konsumtif (Y) dalam penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 6,00 dan nilai maksimum sebesar 19,00. Rentang nilai tersebut menggambarkan variasi tingkat perilaku konsumtif di antara responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Rata-rata atau mean untuk variabel perilaku konsumtif ini tercatat sebesar 13,93, yang menandakan bahwa secara umum sebagian besar responden memiliki kecenderungan untuk menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang tergolong cukup tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden cenderung melakukan kegiatan konsumtif dalam frekuensi dan intensitas yang cukup signifikan. Selain itu, nilai standar deviasi yang diperoleh yaitu sebesar 2,642 memberikan gambaran mengenai tingkat penyebaran data di sekitar nilai rata-rata tersebut. Angka standar deviasi yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa data perilaku konsumtif yang dikumpulkan dari para responden memiliki sebaran yang tidak terlalu luas, sehingga perilaku konsumtif antar responden cenderung seragam atau konsisten. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa variasi perilaku konsumtif dalam kelompok responden tidak terlalu besar, sehingga data tersebut dapat diandalkan untuk memberikan representasi yang akurat mengenai pola perilaku konsumtif dalam populasi yang diteliti. Dengan demikian, hasil statistik deskriptif ini memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai karakteristik umum perilaku konsumtif para responden dalam penelitian tersebut.

Uji Validitas

Tahap pengujian validitas sangat krusial dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk memastikan setiap pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan program SPSS dengan teknik statistik korelasi Pearson, yaitu membandingkan nilai dari setiap pertanyaan dengan nilai total seluruh pertanyaan untuk melihat kekuatan hubungannya.

Proses uji validitas ini bertujuan untuk mengevaluasi kesahihan dan reliabilitas data. Dengan demikian, instrumen kuesioner yang digunakan dapat dipastikan telah memenuhi syarat keabsahan untuk keperluan pengumpulan data. Validitas suatu

kuesioner ditentukan oleh pemenuhan sejumlah kriteria baku, yang menjadi prasyarat mutlak untuk menghasilkan temuan penelitian yang terpercaya dan merepresentasikan fenomena yang diteliti secara akurat (Afiyah, 2024).

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ maka valid.
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ maka tidak valid

Table 1. 3 Hasil Uji Validitas Data Pinjaman Online (X1)

Dalam penelitian ini untuk variabel Pinjaman Online dengan menggunakan 6 item pertanyaan. Hasil uji validitas data dapat dilihat di tabel 1.3

Pinjaman Online	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0,747	0,1654	Valid
X2	0,586	0,1654	Valid
X3	0,722	0,1654	Valid
X4	0,597	0,1654	Valid
X5	0,543	0,1654	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Tabel 1.3 memaparkan hasil uji validitas terhadap lima item variabel pinjaman online menggunakan analisis korelasi. Karena seluruh item memiliki nilai $r \text{ hitung}$ yang lebih besar daripada $r \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Dengan demikian, instrumen penelitian ini teruji kelayakannya dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang akurat guna menganalisis fenomena yang diteliti.

Table 1. 4 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku Konsumtif	R hitung	R table	Keterangan
Y1	0,677	0,1654	Valid
Y2	0,713	0,1654	Valid
Y3	0,643	0,1654	Valid
Y4	0,652	0,1654	Valid
Y5	0,677	0,1654	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Berdasarkan Tabel 1.4, hasil uji validitas terhadap lima item variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item ($r \text{ hitung}$) lebih tinggi daripada nilai kritis ($r \text{ tabel}$). Hal ini membuktikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan terpercaya. Dengan demikian, instrumen penelitian ini layak digunakan sebagai

alat pengumpul data yang efektif guna memperoleh informasi yang akurat tentang variabel perilaku konsumtif. Kevalidan kuesioner ini menjadi jaminan bahwa hasil penelitian mampu merepresentasikan fenomena yang diteliti secara tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada konsistensi dan stabilitas hasil suatu pengukuran. Instrumen diandalkan apabila mampu menghasilkan data yang serupa ketika diujikan secara berulang pada kelompok subjek yang sama, asalkan tidak terjadi perubahan pada aspek yang diukur. Oleh karena itu, reliabilitas merupakan prasyarat penting dalam penelitian untuk menjamin bahwa data yang terkumpul terpercaya dan merepresentasikan fenomena secara akurat (Ramadhan et al., 2024). Setelah melalui tahap uji validitas, item-item yang memenuhi syarat kemudian diuji reliabilitasnya. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen sebagai alat pengumpul data. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's alpha, yang merupakan metode yang dianggap paling sesuai untuk instrumen dengan skala Likert 5 poin.

Kriteria reliabilitas suatu instrumen terpenuhi apabila koefisien alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,60. Capaian ini mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang memadai, yang menjadi dasar terjaminnya keandalan data. Oleh karena itu, uji reliabilitas memegang peran krusial dalam menjamin bahwa temuan penelitian bersifat tidak hanya sah, tetapi juga ajeg dan terpercaya, sehingga mampu merepresentasikan fenomena yang dikaji secara tepat.

Table 1. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pinjaman Online(X1)	0,627 > 0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,705 > 0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Berdasarkan Tabel hasil uji reliabilitas di atas, seluruh instrumen penelitian yang digunakan terbukti andal dan terpercaya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's alpha seluruh variabel yang lebih tinggi dari 0,60, sehingga telah memenuhi standar reliabilitas yang ditetapkan. Dengan demikian, alat ukur ini konsisten dan sah dalam mengukur variabel penelitian, menjamin bahwa data yang diperoleh dari responden dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

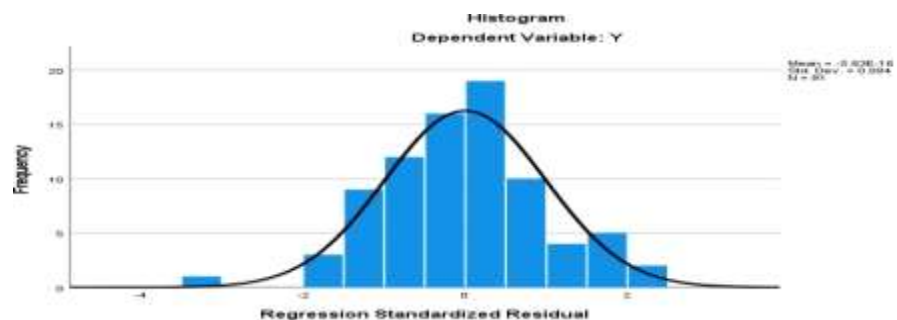
Uji Normalitas

Tujuan primer dari uji normalitas adalah untuk menguji pemenuhan asumsi distribusi normal pada variabel dependen dan independen dalam sebuah model regresi.

Pemenuhan asumsi ini fundamental mengingat teknik analisis statistik parametrik, termasuk regresi, mensyaratkan kenormalan data agar hasilnya valid dan terpercaya. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S), yang hasilnya ditampilkan dalam sebuah tabel. Dengan menetapkan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05, keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis normalitas didasarkan pada probabilitas yang dihasilkan dari tabel tersebut, yang menjadi acuan akhir untuk menyimpulkan kondisi distribusi data.

Ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

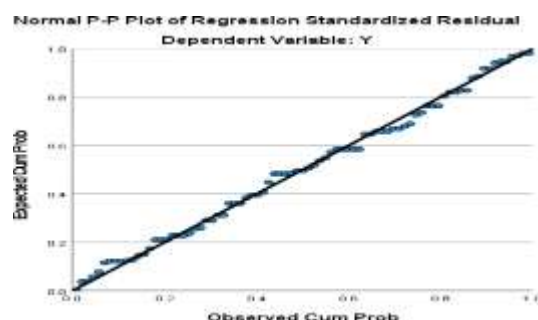
- c. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tersebut berdistribusi secara normal.
- d. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data tidak berdistribusi secara normal (Sahir, 2021).



Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Gambar 1.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)

Bentuk histogram yang simetris, tanpa condong ke kiri atau kanan, mengindikasikan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Pola visual ini menyerupai bentuk lonceng (bell-shaped) yang menjadi karakteristik distribusi normal. Berdasarkan Gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas—syarat fundamental untuk analisis statistik parametrik seperti regresi dan pengujian hipotesis. Terpenuhinya asumsi ini menjamin validitas dan keandalan hasil inferensi statistik yang diperoleh dalam penelitian.



Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Gambar 1.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

Berdasarkan Gambar 1.2 titik-titik data pada grafik membentuk pola linear yang mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual model regresi terdistribusi secara normal. Pola garis lurus ini menjadi bukti visual kuat bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan dari asumsi normalitas. Pemenuhan asumsi normalitas pada residual sangat krusial karena menjadi dasar keandalan dan kevalidan hasil analisis regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini memenuhi persyaratan distribusi normal, yang merupakan fondasi bagi pengujian statistik lebih lanjut.

Table 1. 6 Hasil Uji Nomalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardi	
		zed Residual	
N			81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.07292847
Most Extreme	Absolute		.053
	Positive		.049
Differences	Negative		-.053
Test Statistic			.053
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.846
	99% Confidence Interval	Lower	.836
		Upper	.855
		Bound	

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

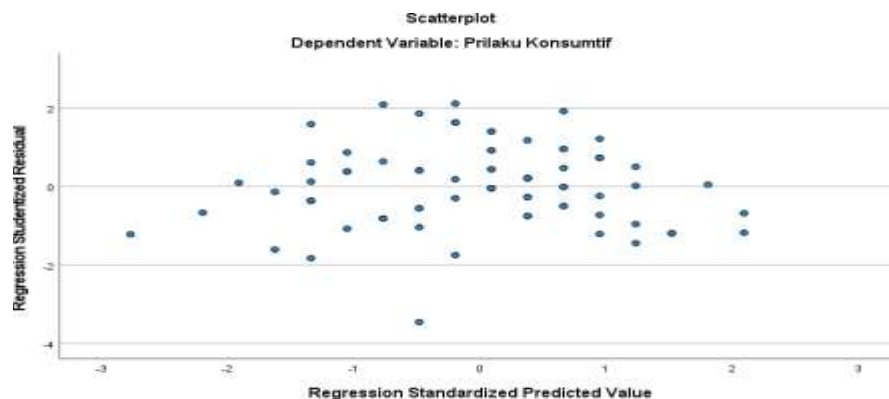
Berdasarkan Tabel 1.6, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S) menghasilkan nilai signifikansi 0,200 yang lebih besar dari batas kriteria 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Kesimpulan ini diperkuat oleh hasil visual dari normal probability plot, di mana titik-titik residual tersebar rapat dan membentuk pola linear sepanjang garis diagonal. Pola ini mengonfirmasi pemenuhan asumsi normalitas, sehingga kevalidan dan keandalan hasil analisis statistik yang dilakukan

dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi apakah terdapat gejala heteroskedastisitas dalam data penelitian ini, salah satu metode yang umum digunakan adalah dengan membuat dan menganalisis diagram scatterplot. Melalui metode ini, kita dapat memvisualisasikan pola penyebaran residual atau galat, sehingga dapat diketahui apakah varians residual tersebut konstan atau tidak. Dengan demikian, dari hasil pengamatan scatterplot, kita bisa menentukan apakah data penelitian mengalami heteroskedastisitas atau tidak berdasarkan pola yang terbentuk pada titik-titik dalam diagram tersebut. Apabila pola titik-titik menunjukkan penyebaran yang tidak merata atau berubah-ubah, maka hal tersebut mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas dalam data penelitian yang digunakan, harus memenuhi beberapa syarat diantaranya adalah:

- Jika ada pola tertentu terdaftar titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Gambar 1. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot hasil uji heteroskedastisitas, titik- titik data menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah angka nol. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan dan tidak terdapat pola sistematis yang mengindikasikan masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi

homoskedastisitas, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat diandalkan secara statistik.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan Sugiyono (2012), analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk meneliti hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, teknik tersebut diterapkan untuk menganalisis permasalahan serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan metode ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan desain penelitian yang hanya melibatkan satu variabel prediktor dan satu variabel outcome, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana pengaruh linear variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus untuk regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X \text{ Keterangan}$$

Y = Perilaku Konsumtif X = Pinjaman Online

a = Intersep

b = Koefisien regresi/slop

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.118		5.383	.000
	X1	.469	.620	7.028	.000

e. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Gambar 1. 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana dengan rumus $Y = a + bX$, diperoleh persamaan $Y = 6.118 + 0.469X$. Konstanta sebesar 6.118 menunjukkan nilai dasar variabel dependen ketika variabel independen bernilai nol. Adapun koefisien regresi variabel Efektivitas pinjaman online sebesar 0.469 mengindikasikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Setiap kenaikan satu satuan pada efektivitas pinjaman online, akan diikuti peningkatan sebesar 0.469 satuan pada kepuasan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan efektivitas layanan pinjaman online berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah, meskipun besaran pengaruhnya tergolong moderat.

Hasil Uji Parsial (T)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh setiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan apakah variabel bebas tersebut benar-benar memiliki kontribusi yang bermakna secara statistik dalam memprediksi variabel terikat. Dalam praktiknya, interpretasi hasil uji t dapat dilihat pada tabel koefisien, khususnya kolom signifikansi (sig.) yang menunjukkan nilai probabilitas. Acuan ini mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh Mardiana et al. (2021). Tujuannya adalah untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut : H_0 : jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. H_a : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independent (Sahir, 2022).

Nilai t-hitung merupakan hasil komputasi statistik yang menggambarkan besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah model regresi. Tingginya nilai ini mengindikasikan semakin kuatnya bukti pengaruh signifikan secara statistik. Pada penelitian ini, dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = $n - k$, nilai t-tabel yang diperoleh adalah 0,1660. Nilai ini berfungsi sebagai ambang batas penentu dalam pengujian hipotesis. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,1660), maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan. Sebaliknya, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pengaruh dinyatakan tidak signifikan. Proses komparasi ini menjadi dasar pertimbangan dalam menilai kevalidan model regresi yang dibangun. Table untuk uji hipotesis (uji t) adalah sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.118	1.137	5.383	.000
	X1	.469	.067	.620	.000

f. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS27, 2025

Gambar 1. 5 Hasil Uji Parsial (T)

Berdasarkan analisis statistik, nilai signifikansi (sig.) yang diperoleh adalah 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pinjaman online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan pinjaman online secara nyata meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif pada responden. Selanjutnya, hasil uji t untuk variabel Efektivitas (X) menunjukkan thitung sebesar 7,02, sementara ttabel bernilai 0,1660. Karena thitung (7,02) > ttabel (0,1660), variabel Efektivitas

(X) terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa Efektivitas berpengaruh positif terhadap variabel Y dapat diterima. Secara keseluruhan, baik dari nilai signifikansi maupun perbandingan thitung dan ttabel, penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa pinjaman online dan Efektivitas memiliki pengaruh berarti terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mendukung asumsi teoretis bahwa akses mudah terhadap pinjaman digital dan persepsi efektivitas penggunaannya dapat mendorong perilaku konsumtif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan indikator kunci dalam analisis regresi yang mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Melalui nilai R^2 , peneliti dapat mengevaluasi sejauh mana model regresi mampu memprediksi perubahan pada variabel terikat serta mengukur kekuatan hubungan antarvariabel. Berdasarkan Fijriah (2021), R^2 tidak hanya berfungsi sebagai pengukur kecocokan model (goodness of fit), tetapi juga sebagai alat untuk menilai efektivitas model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Namun, interpretasi R^2 perlu dilakukan secara hati-hati karena nilai tinggi tidak selalu mencerminkan model yang baik—terutama jika terdapat masalah seperti multikolinearitas atau kesalahan spesifikasi model. Oleh karena itu, penggunaan R^2 harus dilengkapi dengan uji statistik lainnya untuk memastikan kevalidan hasil analisis regresi secara keseluruhan.

Uji koefisien determinasi (uji R^2) dilakukan untuk memahami sejauh mana pengaruh antar variabel. Nilai R^2 yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model prediksi dari penelitian yang diusulkan semakin baik.

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$= 0,620 \times 100\%$$

$$= 62\%$$

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.385	.377	2.08601

g. Predictors: (Constant), X₁

h. Dependent Variable: Y

Gambar 1. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel summary, nilai R Square sebesar 0,620 menunjukkan bahwa 62% variasi pada perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel pinjaman online.

Dengan kata lain, lebih dari separuh kecenderungan konsumtif responden dipengaruhi oleh keberadaan pinjaman online dalam model ini. Sisanya, yakni 38%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model, seperti kondisi ekonomi, sosial, psikologis, atau variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun pinjaman online berperan signifikan, masih ada faktor eksternal lain yang turut membentuk perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengungkap variabel-variabel tambahan guna memberikan pemahaman yang lebih utuh terhadap fenomena ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh pinjaman online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Kota Pekanbaru mengacu pada bagaimana kemudahan akses dana melalui pinjaman online dapat memengaruhi kebiasaan mahasiswa dalam melakukan pengeluaran yang berlebihan atau tidak terkontrol. Pinjaman online memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh dana secara cepat tanpa prosedur yang rumit, sehingga memungkinkan mereka memenuhi keinginan konsumtif dengan mudah tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial atau kebutuhan mendesak. Hal ini dapat mendorong perilaku konsumtif yang cenderung membeli barang atau jasa secara impulsif dan berlebihan, sehingga mempengaruhi pola pengeluaran mahasiswa di lingkungan perbankan syariah Kota Pekanbaru.

Berdasarkan analisis statistik, nilai signifikansi 0,000 yang jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05 membuktikan bahwa pinjaman online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengonfirmasi bahwa penggunaan pinjaman online secara nyata meningkatkan kecenderungan konsumtif responden. Selanjutnya, hasil uji-t untuk variabel Efektivitas (X) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 7,02 yang jauh melampaui nilai t-tabel 0,1660. Hal ini mengindikasikan bahwa Efektivitas memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif Efektivitas terhadap variabel Y dapat diterima. Secara keseluruhan, baik melalui uji signifikansi maupun perbandingan t-hitung dan t-tabel, penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa pinjaman online dan persepsi efektivitasnya secara bermakna memengaruhi perilaku konsumtif. Temuan ini mendukung asumsi teoretis bahwa kemudahan akses pinjaman digital dan persepsi efektivitas penggunaannya dapat mendorong peningkatan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya prediktif yang kuat dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif. Temuan ini selaras dengan kerangka teoretis Theory of Planned Behavior (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi secara simultan oleh tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam konteks studi ini, metode pembayaran non-tunai menciptakan persepsi kemudahan transaksi (aspek kontrol perilaku), sementara gaya hidup konsumtif yang berkembang membentuk sikap positif terhadap aktivitas berbelanja.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data terhadap 81 responden remaja dari Kampung Tanggul

Angin dalam penelitian mengenai Pengaruh Pinjaman Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (pinjaman online/X) dan variabel terikat (perilaku konsumtif/Y). Hal ini dibuktikan melalui uji statistik-t yang menunjukkan hubungan kuat dan bermakna antara kedua variabel. Dengan demikian, penggunaan pinjaman online terbukti secara nyata memengaruhi perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh signifikan pinjaman online (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa Perbankan Syariah Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitungan (5,383) > t-tabel (7,028) sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima.

REFERENSI

- Siregar, W. S. (2023). *Pengaruh persaingan dan diversifikasi sumber pendapatan terhadap stabilitas bank umum syariah*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/10233/oAhttp://etd.uinsyahada.ac.id/10233/1/1940100230.pdf>
- Syamsuddin, & Zakiya, Z. (2023). Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan). *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 75–86. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.855>
- tolak ukur pelayanan prima. (2024). Keuangan Universitas Medan Area. <https://keuangan.uma.ac.id/2024/09/18/tolok-ukur-pelayanan-prima/>
- Yustika, baiq reka. (2023). *Kondisi Bank Muamalat 2017-2022: Permasalahan dan Strateginya*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/baiqrekayustika>
- Zahra, A. (2021). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Memilih Presiden Menggunakan Theory of Planned Behavior*. 1(2), 236–251. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/106009>
- Aprinanda, M. (2024). Pengaruh Pinjaman Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2020 Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Skripsi*.
- Muhammad Ilham. (2023). *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PRILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMISYARIAH*. <https://ejournal.steialfurqon.ac.id/index.php/adl/article/view/67/56>
- Nadya, M. A. (2024). *Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Di Tangerang Selatan*.
- Nasar, M. F. (2024). *Mengenal Perbankan Syariah dari Titik Nol*. Kemenag. <https://kemenag.go.id/kolom/mengenal-perbankan-syariah-dari-titik-nol->

gv099

Nisaputra, R. (2022). *Kapok Terjerat Pembiayaan Bermasalah, Bank Muamalat pilih 'Main Aman.'*

Paket Kebijakan Oktober 1988. (2023). Wikipedia.
https://id.wikipedia.org/wiki/Paket_Kebijaksanaan_Oktober_1988

Permatasari, D. (2022). *No Title*. Kementrian Keuangan.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulseltrabar/baca-artikel/15009/Apa-itu-Pelayanan-Prima.html>

Putri, A. C. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Kelebihan dan Kekurangan*. Telkom University. <http://telkomuniversity.ac.id/penelitian-kuantitatif-pengertian-ciri-ciri-kelebihan-dan-kekurangan/>

Ririn, H. &. (2020). Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.

Riza, A., & Anadila, N. (2024). Shariah Governance, Reputasi dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 6(1), 1–14.

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sari, D., Amin, A., & Dewi, D. E. C. (2024). Implementasi Kurikulum Merdeka Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti. In *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran* (Vol. 4, Issue 2).
<https://doi.org/10.51574/jrip.v4i2.1578>

Simamora, J. (2021). *pengaruh service excellence dan relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada cv bersinar pematangsiantar*. Journal of ManagementSciences.

[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2887127&val=25393&title=Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2887127&val=25393&title=Pengaruh%20Service%20Excellence%20Dan%20Relationship%20Marketing%20Terhadap%20Loyalitas%20Konsumen%20Pada%20Cv%20Bersinar%20Pematangsiantar)