

**Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Locus of Control Terhadap Perilaku
Konsumsi Islam Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Mulawarman**

Defita^{1✉}, Rabiatul Adawiyah²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *digital payment* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumsi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman angkatan 2020 hingga 2024, dengan jumlah sampel sebanyak 82 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu mahasiswa yang menggunakan *digital payment* seperti OVO, DANA, LINK-Aja, dan ShopeePay. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, dan analisis data variabel dilakukan dengan regresi linier berganda. Teori yang digunakan mencakup *digital payment*, *locus of control*, dan perilaku konsumsi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, *digital payment* dan *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam. Secara parsial, *digital payment* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam, demikian pula *locus of control* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islam. Berdasarkan analisis data, variabel-variabel tersebut terbukti valid dan reliabel. Pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa distribusi data normal dan tidak ada masalah heteroskedastisitas maupun multikolinearitas.

Kata Kunci : *Digital Payment, Locus Of Control, Perilaku Konsumsi Islam.*

***The Influence of Digital Payment Usage and Locus of Control on the Islamic
Consumption Behavior of Students in the Sharia Economics Study Program at
Mulawarman University***

Abstract

This study aims to determine whether there is an effect of digital payment and locus of control on Islamic consumption behavior among students of Islamic Economics at Mulawarman University. The population of this study consists of students from the Islamic Economics program at Mulawarman University from the 2020 to 2024 cohorts, with a sample size of 82 students selected using purposive sampling technique, specifically those who use digital payments such as OVO, DANA, LINK-Aja, and ShopeePay. Data was collected using questionnaires, and the variable data were analyzed using multiple linear regression. The theories applied in this study include digital payment, locus of control, and Islamic consumption behavior. The results of the study indicate that, simultaneously, digital payment and locus of control have a positive and significant effect on Islamic consumption behavior. Partially, digital payment also has a positive and significant effect on Islamic consumption behavior, and locus of control also influences Islamic consumption behavior. Based on data analysis, these variables are proven to be valid and reliable. Classical assumption testing shows that the data distribution is normal and there are no issues of heteroscedasticity or multicollinearity.

Keywords : *Digital Payment, Locus Of Control, Islamic Consumption Behavior.*

Copyright © 2025 Defita, Rabiatul Adawiyah

✉ Corresponding Author

Email Address: defitabaunde00@gmail.com, rabiatul.adawiyah@feb.unmul.ac.id

PENDAHULUAN

Kewajiban Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan metode pembayaran *digital* sudah menjadi semakin umum di masyarakat termasuk kalangan mahasiswa. Maraknya *platform online* seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, dan lain-lain sudah merevolusi cara masyarakat berbelanja. Inovasi teknologi merevolusi cara bertransaksi, dari *offline* ke *online*, dengan menghadirkan metode pembayaran digital yang dikenal sebagai *digital payment* (Houston, 2019). Fitur belanja *online* yang praktis dan mudah diakses, seperti yang dikaji oleh Febriyanti et al. (2023), membuat banyak mahasiswa tergila-gila dengan aplikasi itu. Tren ini pun berimbas pada metode pembayaran, di mana uang elektronik seperti ShopeePay, DANA, LinkAja, OVO, GoPay, dan lain-lain semakin digemari.

Winpay.id memaparkan bahwasanya popularitas transaksi *cashless* semakin mengalami kenaikan di tahun 2023, dengan nilai transaksi mencapai Rp160,47 triliun. Hal ini didorong oleh 40,05 juta pengguna dompet digital yang aktif bertransaksi di 28,38 juta *merchant*. Ada 38 *e-wallet* atau dompet digital yang sudah memenuhi standar regulasi dan memperoleh lisensi resmi Bisnis.com.

Dalam sebuah survei konsumen secara online menunjukkan bahwa mayoritas responden (74%) memilih dompet digital sebagai metode pembayaran utama. Metode pembayaran lain yang juga digunakan meliputi uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), PayLater (18%), kartu debit (17%), dan virtual account transfer (16%). Di antara berbagai platform dompet digital, GoPay menjadi pilihan utama dengan persentase pengguna mencapai 71%, disusul oleh OVO (70%) dan DANA (61%). Sementara itu, dalam hal pengguna aktif selama tiga bulan terakhir, GoPay tetap menempati posisi teratas dengan 58%, diikuti oleh OVO (53%). Meskipun DANA tidak termasuk dalam tiga besar pengguna aktif, ShopeePay menunjukkan tingkat penggunaan yang cukup tinggi, yakni sebesar 51%. *Digital payment* sekarang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi, seperti berbelanja di minimarket, membayar transportasi, belanja online, membayar tagihan listrik, air, dan lain-lain. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi pembayaran ini, mahasiswa merasa diuntungkan karena mereka cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan cepat. Oleh karena itu, banyak mahasiswa, termasuk yang berasal dari program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, yang telah memanfaatkan pembayaran digital.

Dalam survei singkat mengenai penggunaan *digital payment*, survei terhadap 30 mahasiswa menunjukkan bahwa *digital payment* yang paling banyak digunakan adalah ShopeePay dengan persentase 80%, diikuti oleh DANA 16,7%, dan Link-Aja 3,3%.

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dipilih sebagai objek karena makin banyak generasi muda, termasuk mahasiswa, yang terbiasa pakai *digital payment*. Semakin banyak teman dan orang di sekitar yang pakai, mahasiswa jadi ikut-ikutan menggunakan juga. Mengingat pemahaman mereka pada *digital payment* dan teori konsumsi Islam lewat mata kuliah seperti pengantar ekonomi Islam dan ushul fiqh, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2020-2023 dianggap sebagai subjek penelitian yang relevan. Sementara itu, konsumsi merupakan bagian dari aktivitas perekonomian yang tidak bisa dipisahkan dari diri tiap-tiap manusia (Puspitasari & Indrarini, 2021).

Di lain sisi Sukma & Canggih (2021) memaparkan bahwasanya dari perspektif Islam, konsumsi bisa didefinisikan sebagai upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat fisik ataupun non fisik.

Islam melarang pemborosan dan memandu umatnya untuk berperilaku dalam konsumsi secara proporsional (Maharani & Hidayat, 2020). Rahman & Fitrah (2018) berpendapat bahwasanya dalam hal konsumsi, keinginan untuk berlebihan dan bermewah-mewahan dilarang oleh agama Islam selaras dengan firman Allah Q.S. Al-Isra ayat 26 yang berbunyi:

Maknanya: “dan berikanlah pada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, pada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.

Dalam ekonomi Islam, prinsip kebersihan, keadilan, kemurahan hati, moralitas dan kesederhanaan menjadi sejumlah dasar dari perilaku konsumsi Islam (Maharani & Hidayat, 2020). ekonomi Islam menjunjung tinggi keseimbangan (Damayanti & Canggih, 2021). Baik individu yang bisa ataupun kaya, diharuskan untuk hidup dengan penuh tanggung jawab dan tidak menghamburkan kekayaan mereka.

Locus of control merupakan pemahaman yang menguraikan bagaimana individu memandang kontrol

pada perilaku, deteksi, dan keputusan mereka (Hidayah & Bowo, 2018). Tiap-tiap individu memiliki *locus of control* hanya bisa diubah oleh diri mereka sendiri. Kejadian dalam kehidupan individu sangat mendapat dampak dari *locus of control internal* yang mereka miliki, di lain sisi individu dengan *locus of control eksternal* meyakini bahwasanya pengaruh dari faktor luar seperti keberuntungan atau kesempatanlah yang menentukan nasib mereka.

Beberapa penelitian relevan telah ditinjau dari berbagai sumber, namun masih sedikit yang membahas pengaruh penggunaan *digital payment* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumsi Islam. Hasil penelitian Puspitasari & Indrarini (2021) pada masyarakat di kota Surabaya memperlihatkan bahwasanya ada korelasi positif dan signifikan antara pemanfaatan alat pembayaran *digital* dengan perilaku konsumsi Islam. Penelitian ini meneliti secara khusus bagaimana penggunaan alat pembayaran *digital* (*digital payment*) dan keyakinan individu terkait kendali atas hidup mereka (*locus of control*) secara berbarengan memengaruhi perilaku konsumsi Islam.

Dengan hal ini peneliti merumuskan masalah apakah *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islam mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman? Dan apakah Apakah locus of control berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islam mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman? Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumsi Islam mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dan untuk mengetahui pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumsi Islam mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman”**.

Digital Payment

Digital payment merupakan suatu sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi *digital* untuk menyelesaikan transaksi keuangan tanpa memerlukan uang tunai (Rizkiyah et al., 2021). Bank Indonesia memaparkan bahwasanya jenis pembayaran kartu elektronik yang lebih bermanfaat kini dikenal sebagai uang elektronik. Meski tujuannya sedikit berbeda dari metode pembayaran lain seperti kartu kredit dan kartu ATM/debit, penggunaan uang elektronik tetap sama: untuk melakukan pembayaran.

Locus Of Control

Locus of control merupakan keyakinan individu pada kemampuannya dalam mengendalikan peristiwa dan situasi yang terjadi dalam hidupnya (Ahmad, 2019). Berbeda dengan Hidayah & Bowo (2018) mendefinisikan *Locus of control* sebagai gagasan yang menerangkan bagaimana individu memandang kontrol pada perilaku, deteksi, dan keputusan mereka.

Perilaku Konsumsi Islam

Menurut (Sukma & Canggi, 2021) memaparkan bahwasanya dari perspektif Islam, konsumsi bisa didefinisikan sebagai upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat fisik ataupun non fisik. Keimanan yang kuat mendorong muslim untuk memprioritaskan konsumsi yang halal, baik dan bermanfaat. Dalam Islam, tidak ada laramgan yng secara khusus melarang umat manusia untuk melakukan aktivitas konsumsi, tetapi ajaran Islam menetapkan batasan-batasan yang harus diperhatikan agar tidak mengkonsumsi hal-hal yang dilarang kecuali dalam situasi darurat (Fajirin & Indrarini, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman angkatan 2020 sampai dengan angkatan 2023 yang berjumlah 348 orang. Sampel dalam penelitian berjumlah 78 orang diambil dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling yaitu teknik pengambilan keputusan berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner dengan alat ukur skala likert. Analisis data dilakukan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji F simultan dan uji T parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasar Pada Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	frekuensi	presentase
1.	Laki-laki	12	15,4%
2.	perempuan	66	84,6%
	Jumlah	78	100%

Berdasarkan Tabel 1, distribusi jenis kelamin dari 78 responden menunjukkan ketidakseimbangan antara jumlah laki-laki dan perempuan. Dari total responden, 66 orang atau 84,6% adalah perempuan, sementara 12 orang atau 15,4% adalah laki-laki. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasar Angkatan

No.	Angkatan	Frekuensi	presentase
1.	2020	3	2,1%
2.	2021	46	60%
3.	2022	21	27,4%
4.	2023	8	10,5%
	Jumlah	78	100%

Berdasar pada tabel 2 diatas, diketahui pada mahasiswa Ekonomi Syariah memperlihatkan bahwasanya pada angkatan 2021 ada 60% pengguna *digital payment*, pada angkatan 2022 ada 27,4% pengguna *digital payment*, pada angkatan 2023 ada 10,5% pengguna *digital payment*, lalu di ikuti oleh angkatan 2020.

Uji Validitas

Tabel 3. Temuan Uji Validitas *Digital Payment* (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
X1.1	0,567	0,222	Valid
X1.2	0,535	0,222	Valid
X1.3	0,777	0,222	Valid
X1.4	0,667	0,222	Valid
X1.5	0,564	0,222	Valid
X1.6	0,557	0,222	Valid
X1.7	0,603	0,222	Valid
X1.8	0,576	0,222	Valid

Tabel 4. Temuan Uji Validitas *Locus Of Control* (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
X2.1	0,532	0,222	Valid
X2.2	0,552	0,222	Valid
X2.3	0,465	0,222	Valid
X2.4	0,557	0,222	Valid
X2.5	0,651	0,222	Valid
X2.6	0,689	0,222	Valid
X2.7	0,452	0,222	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumsi Islam (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
X3.1	0,705	0,222	Valid
X3.2	0,690	0,222	Valid
X3.3	0,735	0,222	Valid
X3.4	0,581	0,222	Valid
X3.5	0,706	0,222	Valid
X3.6	0,770	0,222	Valid
X3.7	0,731	0,222	Valid
X3.8	0,752	0,222	Valid

Dari tabel temuan uji validitas yang di tunjukkan, terlihat bahwasanya pengujian validitas memaparkan bahwasanya tiap-tiap pernyataan pada tiap-tiap variabel valid, sebab nila r_{hitung} di atas r_{tabel} . Terkait dengan hal itu, bisa diambil kesimpulan bahwasanya semua item atau pernyataan yang dimanfaatkan dalam studi ini valid dan sesuai untuk dijadikan instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Temuan Uji Reliabilitas

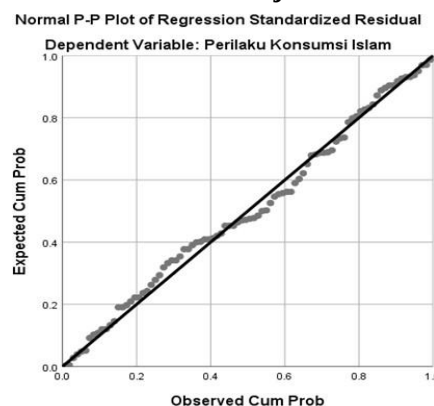
Pernyataan	Cronbach's Alpha (α)	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Digital Payment</i> (X1)	0,738	0,60	Reliabel
<i>Locus Of Control</i> (X2)	0,617	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumsi Islam (Y)	0,852	0,60	Reliabel

Tabel temuan uji reliabilitas yang tertera di atas memperlihatkan bahwasanya nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60 dimiliki oleh semua variabel, terkait dengan hal itu bisa diartikan bahwasanya variabel *digital payment*, *locus of control* dan perilaku konsumsi Islam bisa dianggap reliabel atau bisa dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 1. Temuan Uji Normalitas

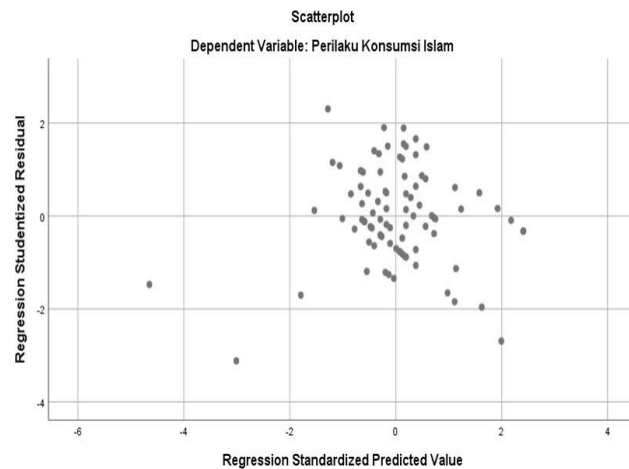


Analisis grafik yang ada pada gambar yang tertera diatas memperlihatkan bahwasanya pola masih mengikuti arah garis. Terkait dengan hal itu, bisa diambil kesimpulan bahwasanya dijumpai adanya

distribusi normal pada data penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Temuan Uji Heteroskedastisitas



Analisis grafik scatterplot yang ada pada gambar diatas memperlihatkan bahwasanya tidak dijumpai adanya pola yang jelas, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya tidak dijumpai adanya peristiwa heteroskedastisitas pada data dalam studi ini.

Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Temuan Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,280	2,749		3,376	0,001		
	Digital Payment	0,328	0,103	0,319	3,173	0,002	0,582	1,719
	Locus of Control	0,529	0,119	0,448	4,457	0,000	0,582	1,719
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islam								

Berdasar pada output itu, nilai VIF untuk variabel *digital payment* (X1) $1,719 < 10,00$. Begitu juga, variabel *locus of control* (X2) memiliki nilai VIF sebanyak 1,719, dimana nilai itu di bawah 10,00. Nilai *tolerance* sebanyak 0,582 dimiliki oleh variabel *digital payment* dan untuk variabel *locus of control* ialah 0,582, keduanya lebih dari 0,10. Terkait dengan hal itu, bisa diambil kesimpulan bahwasanya tidak ada gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Ringkasan Hasil Regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,280	2,749		3,376	0,001		

Digital Payment	0,328	0,103	0,319	3,173	0,002	0,582	1,719
Locus of Control	0,529	0,119	0,448	4,457	0,000	0,582	1,719

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islam

Perhitungan memakai SPSS 25 memperlihatkan bahwa berikut adalah persamaan regresi linier berganda: $Y = 9,280 + 0,328 X_1 + 0,529 X_2 + e$. dari persamaan itu, bisa diartikan bahwasanya perilaku konsumsi Islam bisa diprediksi dengan memanfaatkan variabel *digital payment* (X_1) dan *locus of control* (X_2), dimana hal itu diperlihatkan pada nilai koefisien regresi sebanyak 0,328 dan 0,529.

Berikut ialah sejumlah kesimpulan yang bisa diambil dari persamaan di atas:

1. Konstanta (a) = 9,280 memperlihatkan bahwasanya jika *digital payment* (X_1) dan *locus of control* (X_2) bernilai 0, maka terjadi kenaikan sejumlah 9,280 pada perilaku konsumsi Islam (Y).
2. Koefisien $X_1 = 0,328$ bermakna bahwasanya perilaku konsumsi Islam (Y) akan ditingkatkan oleh tiap-tiap penambahan satu poin pada *digital payment* (X_1) sebanyak 0,328.
3. Koefisien $X_2 = 0,529$ bermakna bahwasanya perilaku konsumsi Islam (Y) akan ditingkatkan oleh tiap-tiap kenaikan satu poin pada *locus of control* (X_2).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Temuan Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.476	2.961

a. Predictors: (Constant), Locus of control, Digital payment

Temuan uji memperlihatkan bahwasanya koefisien determinasi *Adjusted R Squared* bernilai 0,476. Angka ini mengindikasikan bahwasanya perilaku konsumsi Islam (Y) mendapat dampak dari *digital payment* (X_1) dan *locus of control* (X_2) sebanyak 47,6%, sementara 52,4% sisanya mendapat dampak dari variabel lain yang tidak dikaji dalam studi ini.

Uji Hipotesis Statistik

Uji T (parsial)

Tabel 10. Temuan Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.280	2.749		3.376	.001
	Digital payment	.328	.103	.319	3.173	.002
	Locus of control	.529	.119	.448	4.457	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam

Berdasar pada Temuan uji t hitung untuk tiap-tiap variabel yang tertera dalam output tabel ialah sebagai berikut:

1. Digital payment (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebanyak 3,173, dimana nilai itu di atas t_{tabel} 1,987 ($3,173 > 1,987$) sehingga dilakukan penolakan pada H_0 . Dengan nilai sig. 0,002, dimana nilai itu di bawah 0,05, bisa diambil kesimpulan bahwasanya perilaku konsumsi Islam mendapat dampak signifikan dari *digital payment*.
2. Nilai t_{hitung} sebanyak 4,457 dimiliki oleh locus of control (X2), dimana nilai itu di atas t_{tabel} 1,987 ($4,457 > 1,987$), sehingga Dilakukan penolakan pada H_0 . Dengan nilai sig. 0,000, dimana nilai itu di bawah 0,05 bisa diartikan bahwasanya perilaku konsumsi Islam mendapat dampak dari *locus of control*.

Uji F Kelayakan Model

Tabel 11. Temuan Uji F Kelayakan Model

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	202,437	2	101,218	13,644	.000 ^b
Residual	556,397	75	7,419		
Total	758,833	77			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islam					
b. Predictors: (Constant), Locus of Control, Digital Payment					

Berdasar pada output itu, temuan uji F memperlihatkan bahwasanya pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, didapat F_{hitung} sebanyak 13,644. Dengan membandingkan F_{tabel} sebanyak 3,10 terlihat bahwasanya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,644 > 3,10$), sehingga Dilakukan penolakan pada H_0 dan Dilakukan penerimaan pada H_1 . Ini bermakna perilaku konsumsi Islam (Y) mendapat dampak signifikan dari variabel *digital payment* (X1) dan *locus of control* (X2). Dengan taraf signifikan penelitian sebanyak 0,05, nilai signifikansi yang didapat ialah 0,000.

Pembahasan

Pembahasan Temuan Uji Statistik

Pengaruh *Digital Payment* (X1) terhadap perilaku konsumsi Islam (Y)

Nilai koefisien regresi untuk *digital payment* (X1) pada perilaku konsumsi Islam (Y) memperlihatkan nilai langsung sebanyak 0,328 dan signifikan pada 0,002, ini mengindikasikan bahwasanya dilakukan penolakan pada H_0 sebab nilai koefisien regresi bersifat positif dan signifikan kurang dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Terkait dengan hal itu, perilaku konsumsi Islam (Y) mendapat pengaruh positif signifikan dari *digital payment* (X1).

Pengaruh *Locus Of Control* (X2) terhadap perilaku konsumsi Islam (Y)

Nilai koefisien regresi untuk *locus of control* (X2) pada perilaku konsumsi Islam (Y) memiliki nilai langsung sebanyak 0,529 dan signifikan pada 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwasanya Dilakukan penolakan pada H_0 , sebab koefisien regresi bersifat positif dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Terkait dengan hal itu, perilaku konsumsi Islam (Y) mendapat pengaruh positif dari *locus of control* (X2).

Pembahasan Temuan Uji Hipotesis

Digital Payment (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam (Y)

Temuan uji regresi memperlihatkan bahwasanya koefisien untuk variabel *digital payment* ialah 0,329, yang bermakna *digital payment* memiliki hubungan positif dan searah dengan perilaku konsumsi Islam. Dengan nilai t sebesar 3,173 dan signifikansi (sig.) 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh *digital payment* telah mengubah pola konsumsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, baik dalam hal jenis barang yang dibeli maupun frekuensi pembelian. Perubahan ini juga berdampak pada bagaimana mahasiswa menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Artinya, penggunaan pembayaran digital membantu meningkatkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, transaksi yang lebih transparan, aman, dan efisien dapat mendorong konsumen muslim

untuk lebih mudah membeli barang atau jasa yang sesuai dengan syariat Islam, seperti produk halal, dan menghindari hal-hal yang dilarang dalam agama Islam.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Risma et al., 2023) yang menyatakan bahwa saat ini, sistem pembayaran non-tunai semakin berkembang pesat dengan memanfaatkan jaringan internet, yang menjadi salah satu alasan mahasiswa tertarik untuk menggunakannya. Dengan hanya mengandalkan gadget Android yang terhubung ke internet, semua transaksi pembayaran dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Kemudahan yang disediakan oleh sistem pembayaran tersebut tentunya dapat memengaruhi pola konsumsi Islam di kalangan mahasiswa.

Hal ini selaras dengan penelitian Puspitasari & Indrarini (2021) dengan judul “Pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya pada masa pandemi covid-19” pada masyarakat di kota Surabaya memperlihatkan bahwasanya penggunaan alat pembayaran *digital* berhubungan secara positif signifikan dengan perilaku konsumsi Islam.

Locus of control (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam (Y)

Temuan uji regresi memperlihatkan bahwasanya koefisien untuk variabel locus of control ialah 0,529, yang bermakna *locus of control* berkorelasi secara positif dengan perilaku konsumsi Islam dan bersifat searah. Uji t memperlihatkan bahwasanya nilai signifikansi sebanyak 0,000 dimiliki oleh *locus of control*, dimana nilai itu di bawah 0,05, yang bermakna perilaku konsumsi Islam mendapat dampak signifikan dari *locus of control*. Artinya semakin kuat locus of control internal seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Individu yang merasa memiliki kontrol lebih besar terhadap hidupnya cenderung lebih sadar dan bertanggung jawab dalam keputusan konsumsinya.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara cara seseorang memandang kendali atas hidupnya dengan keputusan-keputusan yang dapat mereka ambil, khususnya bagi mahasiswa ekonomi syariah yang memiliki latar belakang nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam yang mahasiswa anut seperti menghindari pemborosan atau perilaku konsumtif diperkuat oleh keyakinan mereka akan kemampuan diri mengendalikannya.

Penelitian Sukma & Canggih (2021), yang berjudul “Pengaruh *Electronic Money*, Gaya Hidup dan pengendalian Diri Terhadap perilaku konsumsi Islam” bahwasanya hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya tingkat pengendalian diri berhubungan secara positif dengan perilaku konsumsi Islam. Individu dengan skor pengendalian diri sebanyak 17% memiliki probabilitas yang cukup tinggi untuk menerapkan prinsip-prinsip konsumsi Islam.

KESIMPULAN

Hasil analisis yang sudah dijalankan terkait ada tidaknya pengaruh yang diterima perilaku konsumsi Islam mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman dari *digital payment* dan *locus of control* memperlihatkan bahwa:

1. *Digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam. Artinya, penggunaan *digital payment* membantu meningkatkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, transaksi yang lebih transparan, aman, dan efisien dapat mendorong konsumen muslim untuk lebih mudah membeli barang atau jasa yang sesuai dengan syariat Islam, seperti produk halal, dan menghindari hal-hal yang dilarang dalam agama Islam.
2. *Locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam. Artinya semakin kuat *locus of control internal* seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Individu yang merasa memiliki kontrol lebih besar terhadap hidupnya cenderung lebih sadar dan bertanggung jawab dalam keputusan konsumsinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2019). Dampak Locus Of Control, Sikap Keuangan, Pendapatan, dan Religiusitas terhadap Perilaku Keuangan. *Management & Accounting Expose E-ISSN*, 2(2), 105–115. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Bisnis.com. (n.d.). *Daftar 7 E-Wallet Terpopuler di Indonesia: Gopay, Dana, Shopee Pay, Dll*. Retrieved October 5, 2024, from m.bisnis.com/amp/read/20230727/563/1678739/daftar-7e-wallet-terpopuler

- di-indonesia-gopay-dana-shopee-pay-dll
- Damayanti, F. D. W., & Canggi, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- Fajirin, F. B., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Produktif Di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 156–167. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Hidayah, N., & Bowo, A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus Of Control Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Prilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Rahman, A., & Fitrah, M. (2018). Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Persektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar. *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1).
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126>
- Sudaryati, A. A., & Wulandari, D. A. (2023). The Effect Of Lifestyle, Financial Literacy And Locus Of Control On Behavior. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7890–7896. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sukma, M. N., & Canggi, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1570>