



## Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman *Online*

Rahayu Mardikaningsih<sup>1\*</sup>, Ella Anastasya Sinambela<sup>2</sup>, Didit Darmawan<sup>3</sup>,  
Dita Nurmalasari<sup>4</sup>

rahayu.mardikaningsih@gmail.com<sup>1\*</sup>, easinambela@gmail.com<sup>2</sup>,

dr.diditdarmawan@gmail.com<sup>3</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Mayjen Sungkono

**Abstract :** In the current digital era, the presence of financial technology (fintech) has changed people's lives, including students. The existence of fintech that has been regulated in such a way allows students to easily access it. The perceived convenience is actually the cause of the emergence of consumptive behavior. Therefore, this study was conducted with the aim of finding out whether there is a relationship between consumptive behavior and student interest in using online loan services. The researcher targets that there will be 100 students selected to be respondents. The results of the study provide evidence that there is indeed a relationship between consumptive behavior and student interest in using online loan services.

**Keywords :** Consumptive behavior, Student interest, Online loans

**Abstrak :** Di era digital saat ini kehadiran financial technology (fintech) telah merubah kehidupan masyarakat tidak terkecuali untuk mahasiswa. Keberadaan fintech yang telah diatur sedemikian rupa mengakibatkan mahasiswa dapat dengan mudah mengaksesnya. Kemudahan yang dirasakan justru menjadi penyebab munculnya perilaku konsumtif. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah memang ada hubungan antara perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online. Peneliti menargetkan akan ada 100 mahasiswa yang dipilih untuk dijadikan responden. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa memang benar ada hubungan diantara perilaku konsumtif dengan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online.

**Kata Kunci :** Perilaku konsumtif, Minat mahasiswa, Pinjaman *online*

### PENDAHULUAN

Pembahasan tentang perilaku konsumen merupakan sesuatu yang rumit dan membutuhkan kemampuan riset pemasaran yang tepat karena perilaku mereka yang mudah berubah. Ini karena faktor lingkungan juga turut membentuk persepsi, tindakan dan bagaimana menentukan keputusan dalam hidup mereka (Blackwell *et al.*, 2001; Ferrinadewi, 2004; Peter & Olson, 2008). Hal tersebut karena di era revolusi industri saat ini yang semakin dinamis telah membawa perubahan besar terhadap sikap dan perilaku individu tidak terkecuali pola konsumsi

---

**How to cite:** Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D & Nurmalasari, D. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman *Online*. *Jurnal Simki Pedagogia*, 3 (6), 98-110.

Copyright © 2020 Rahayu Mardikaningsih, Ella Anastasya Sinambela, Didit Darmawan, Dita Nurmalasari  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

mereka yang cenderung mengikuti perkembangan teknologi (Darmawan, 2002; Mardikaningsih *et al.*, 2015; Chen *et al.*, 2015). Oleh karena itu perubahan teknologi turut merubah perilaku individu (Gunawan *et al.*, 2016; Darmawan & Hariani, 2020). Setiap individu pasti memiliki kebutuhan yang sudah seharusnya dapat terpenuhi agar merasakan ketenangan dalam menjalani hidup. Terpenuhinya kebutuhan tersebut ternyata masih belum cukup untuk memuaskan mereka karena kebutuhan hidup yang semakin hari meningkat mengakibatkan kesejahteraan individu tidak hanya diukur berdasarkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan primer tetapi lebih dari itu seperti keinginan untuk mengikuti gaya hidup yang hanya mengutamakan kepuasan (Darmawan, 2019; 2020). Individu yang seperti ini lebih mudah terpengaruh untuk berperilaku konsumtif karena hanya memikirkan apa yang dapat memuaskan dirinya tanpa memikirkan dampak berkelanjutan di masa depan (Djati, 2004; Wahab *et al.*, 2017). Hal tersebut biasanya sering dialami oleh mahasiswa yang di usianya sekarang masih belum memiliki kemampuan finansial yang stabil namun tetap memaksakan dirinya untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku tersebut muncul karena ada kebutuhan mahasiswa untuk diakui di lingkungannya sehingga ada keinginan untuk terus berupaya mengikuti perubahan yang ada. Perilaku konsumtif sebagai upaya individu untuk dapat sesuai dengan perubahan lingkungan sehingga ada keinginan untuk membeli secara berlebihan dan cenderung tidak rasional (Schiffman & Kanuk, 2008). Menurut Golsmith *et al.* (2012) dengan berperilaku konsumtif, maka mahasiswa dapat memperoleh status sosial. Ujianto (2003); Djaelani dan Sudjai (2015); dan Scully dan Moital (2016) juga menyatakan bahwa mahasiswa mudah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal karena secara psikologis, kognitif, sosial mahasiswa masih rentan dengan perubahan karena kondisi emosi yang belum seimbang. Wood (1998) memberikan pernyataan bahwa di usia 18-39 tahun cenderung ingin membeli barang-barang yang berlebihan bukan karena kebutuhan tetapi lebih pada keinginan untuk mencari kepuasan.

Dittmar *et al.* (1995) juga mengatakan bahwa jenis kelamin mahasiswa juga dapat menjadi penentu perilaku pembelian misalnya untuk wanita ketika membeli lebih mengedepankan emosi sedangkan pria lebih pada manfaat apa yang akan diperoleh. Themba dan Tumedi (2012) juga menjelaskan bahwa ada hubungan yang kuat diantara faktor demografi dan perilaku konsumtif. Selain itu usia juga mempengaruhi sikap untuk berbelanja online yang biasanya sering dilakukan mahasiswa. Mereka dapat dengan mudah dan lebih cepat untuk membeli secara online bila dibandingkan dengan usia yang lebih tua karena biasanya mahasiswa dapat lebih mempercayai kemudahan informasi yang diperoleh sehingga

menimbulkan perilaku konsumtif (Seligman, 1997; Al Hakim *et al.*, 2014; Azizah *et al.*, 2015; Darmawan, 2016). Masing-masing individu di rentang usia remaja memiliki ancaman terhadap peningkatan kebutuhan yang bukan menjadi kebutuhan utama (Darmawan, 2017). Ini mendorong mereka untuk mencari sumber dana untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Del-Rio dan Young (2005), kelompok usia muda lebih berminat untuk memperoleh pinjaman dibandingkan usia tua karena usia muda ada keberanian untuk menerima risiko. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi untuk terlibat dengan pinjaman, seperti salah satunya yaitu pinjaman online.

Pinjaman *online* muncul karena hasil teknologi yang semakin berkembang untuk membantu perekonomian nasional dan dapat memberikan layanan keuangan masyarakat atau biasanya lebih dikenal dengan istilah financial technology (fintech). Fintech merupakan sektor keuangan yang telah diinovasi untuk memberikan kemudahan terhadap penggunaanya ketika melakukan transaksi keuangan. Hasil dari inovasi teknologi tersebut juga telah memberikan dampak pada semakin meluasnya pinjaman online yang tidak hanya menggiurkan kelompok dewasa tetapi juga bagi mahasiswa karena persyaratan yang mudah, tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga mahasiswa tidak terlalu memperhitungkan risiko yang ada tetapi lebih pada rasa saling percaya (Wang, 2015). Ramadani (2016) juga mendukung pernyataan sebelumnya bahwa tingkat konsumsi mahasiswa semakin meningkat akibat kemudahan bertransaksi yang semakin berkembang akibat teknologi.

Kemudahan ini pada akhirnya memunculkan minat mereka untuk menggunakan jasa pinjaman online. Ini karena secara umum mahasiswa belum memiliki pekerjaan yang menjanjikan untuk menunjang kemampuan finansial dan gaya hidupnya (Darmawan, 2012; Khasanah & Hariani, 2015). Berdasarkan pendapat Ju *et al.* (2019); Miller (2019) selain kemudahan ternyata ada faktor lain yang dapat memunculkan minat tersebut seperti persepsi dan kepribadian. Faktor kepribadian biasanya erat kaitannya dengan identitas diri dan status sosial (Belk, 1985). Selanjutnya faktor persepsi biasanya dilihat dari sejauh mana keuntungan dan kerugian yang dialami (Yang *et al.*, 2015; Hansen *et al.*, 2018). Keuntungan tersebut karena pinjaman online tidak memberikan syarat adanya pertemuan diantara kedua belah pihak melainkan hanya bermodal KTP/KTM yang digunakan untuk jaminan. Sazali & Rozi (2020) juga mengungkapkan bahwa salah satu alternatif yang memberikan kemudahan untuk memperoleh dana pinjaman yaitu dengan menggunakan jasa pinjaman online.

Pinjaman *online* tersebut diantaranya seperti cicil, kredivo, akulaku, rupiah plus. Saat ini mahasiswa semakin banyak yang memanfaatkan pinjaman online karena dapat memperoleh

dana pinjaman yang cukup besar dengan jangka waktu yang relatif lama sehingga kebutuhan dan keinginan dapat mudah terpenuhi. Namun dari berbagai kemudahan yang ditawarkan ternyata ada dampak lain dari pinjaman online yaitu seperti pinjaman online yang ilegal. Pinjaman online yang seperti ini tentu membahayakan karena ada peluang data yang diberikan mahasiswa disalahgunakan, harus membayar suku bunga yang cenderung tinggi, ada ancaman dan pencemaran nama baik. Selain itu kemudahan yang diperoleh justru mengakibatkan mahasiswa menjadi konsumtif karena mahasiswa dengan mudahnya dapat membeli apapun tanpa memikirkan dana yang sebenarnya berasal dari pinjaman bukan dana pribadi. Kondisi ini pada akhirnya juga memberikan dampak yang cukup serius bagi mahasiswa seperti merasakan depresi, gangguan kecemasan bila tidak memiliki dana pribadi yang cukup untuk memuaskan keinginannya (Bøe *et al.*, 2012).

Mahasiswa seharusnya tidak berperilaku konsumtif dan perlu untuk mempertimbangkan beberapa faktor yang semestinya dapat membantu untuk menghindari pinjaman online agar terhindar untuk melakukan pembelian yang tidak memberikan manfaat bahkan berujung pemborosan. Seperti pernyataan dari Kassanjian (1981), individu yang belum memiliki pendapatan atau berpendapatan rendah akan memiliki perilaku pembelian yang juga rendah dan individu dengan pendapatan yang mencukupi kebutuhan ternyata kurang terlibat dengan perilaku pembelian yang tidak memberikan manfaat karena individu tersebut lebih menghargai kehidupan mereka lebih dari kepuasan dan uang. Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya, maka judul penelitian yang dilakukan yaitu hubungan perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar mengetahui apakah memang ada hubungan antara perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online sehingga penelitian ini menggunakan penelitian korelasional. Responden yang ditetapkan berasal dari mahasiswa beberapa perguruan tinggi di Kota Surabaya. Peneliti menargetkan akan ada 100 mahasiswa yang dipilih untuk dijadikan responden. Teknik accidental sampling akan digunakan untuk menentukan sampelnya. Selain itu data diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberi tanggapan oleh mahasiswa berdasarkan persepsi mereka yang telah diberi beberapa pilihan mulai dari skala Likert 1 sampai 5 dari Sangat Tidak Setuju = 1 hingga Sangat Setuju =5. Selanjutnya data yang berhasil dikumpulkan akan diuji reliabilitas dan validitas. Indikator dari variabel perilaku konsumtif menggunakan pendapat dari Fromm (1995) dimana terdiri dari

empat indikator yaitu: (1) ingin memperoleh kepuasan yang tidak berdasarkan kebutuhan; (2) membeli tanpa ada perencanaan sebelumnya sehingga tidak rasional; (3) membeli tidak berdasarkan manfaat yang diperoleh; (4) membeli berdasarkan keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial. Indikator variabel minat menggunakan jasa pinjaman online ada dua berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Elliott *et al.* (2003) dimana indikator tersebut adalah: (1) berminat untuk menggunakan jasa pinjaman online dalam waktu dekat; (2) berminat untuk menggunakan jasa pinjaman online dalam jangka waktu yang relatif lama. Alat analisis adalah Korelasi Pearson Product Moment. Analisis juga dilakukan dengan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti berhasil mengumpulkan 100 mahasiswa yang dibedakan berdasarkan usia dan jenis kelaminnya. Oleh karena itu Tabel 1 di bawah ini memiliki maksud untuk memperjelas karakteristik mahasiswa agar lebih mudah dipahami.

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik	Kelompok	Persentase
Gender	Pria	59
	Wanita	41
Usia	18 tahun	5
	19 tahun	19
	20 tahun	22
	21 tahun	20
	22 tahun	18
	> 22 tahun	16
	2	27
Semester	4	21
	6	32
	8	20
Bentuk PT	Swasta	64
	Negeri	36
Domisili	Kos	38
	Rumah Sendiri	62

Tabel 1 memberikan hasil bahwa kelompok yang dominan di studi ini adalah pria, mahasiswa berusia 20 tahun, semester enam, berasal dari perguruan tinggi swasta dan domisili sama dengan wilayah kampus. Penyebaran data cukup merata mewakili populasi mahasiswa di Kota Surabaya. Setelah membuat Tabel 1, maka selanjutnya peneliti melakukan pengujian validitas berdasarkan butir-butir pernyataan yang tercantum di kuesioner. Uji validitas yang dilakukan harus memperoleh nilai diatas ketentuannya yaitu 0,3. Oleh karena itu keseluruhan

butir pernyataan pada penelitian ini akan dianggap valid bila telah sesuai dengan ketentuan (lebih besar dari nilai 0,3) yang dapat dilihat berdasarkan Tabel 2.

Tabel 2. *Validity Test*

Variables	Statement Items	Total Correlation
Perilaku konsumtif	1	0,683
	2	0,426
	3	0,576
	4	0,644
	5	0,687
	6	0,423
	7	0,687
	8	0,432
Minat Mahasiswa	1	0,668
	2	0,587
	3	0,525
	4	0,712

Pengujian validitas yang telah selesai dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas. Ketentuan uji reliabilitas dari variabel perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online harus menghasilkan nilai yang lebih dari 0,6. Dari Tabel 3 memberikan bukti bahwa hasil untuk variabel perilaku konsumtif sebesar 0,729 dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online* juga memberikan hasil sebesar 0,708.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variables	Cronbach's Alpha	Status
Perilaku konsumtif	0.729	Reliable
Minat Mahasiswa	0.708	Reliable

Setelah beberapa tahap selesai dilakukan, maka selanjutnya yaitu menggunakan analisis Korelasi *Pearson Product Moment* untuk menghubungkan variabel yang diteliti dan mengamati kekuatan hubungan (Mardikaningsih & Darmawan, 2013). Seperti yang akan diperjelas melalui Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Korelasi *Product Moment*

		Perilaku Konsumtif	Minat Mahasiswa (Pinjol)
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	1	.567*
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Minat Mahasiswa (Pinjol)	Pearson Correlation	.567*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Dari Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online sebesar 0,000. Ini berarti ada hubungan signifikan yang cukup kuat antara perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online* karena nilai signifikansi tidak lebih 0,05. Ini membuktikan ada hubungan yang cukup kuat antara perilaku konsumtif dengan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online* di Kota Surabaya. Pada Tabel 4 ada nilai korelasi ( $r$ ) hitung sebesar 0,567 yang berarti menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara variabel perilaku konsumtif dengan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online*. Ini berarti semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif maka semakin besar kemungkinan meningkatnya variabel minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online. Ada hubungan yang searah yang terjadi. Dengan mengurangi perilaku konsumtif maka akan menurunkan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online*.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, maka penelitian ini memberikan hasil bahwa ada hubungan diantara perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online. Hal ini juga diperkuat dengan temuan dari penelitian D'Astous (1990); Sihombing *et al.* (2019). Sebagai mahasiswa seharusnya memiliki gaya hidup yang disesuaikan dengan kemampuan serta kebutuhan sehingga tidak berperilaku konsumtif hanya karena ingin merasakan kepuasan (Darmawan, 2013). Lingkungan di tempat belajar sangat berpengaruh terutama pada interaksi antar teman (Yanti, 2016). Kekuatan karakter individu menentukan ini agar tidak terpengaruh dengan negativitas di sekitar (Zimmerman, 2008; Palembang & Arifin, 2016). Adanya kesesuaian dari kondisi mahasiswa setidaknya dapat membantu mereka untuk tidak terlibat dengan pinjaman *online*, sehingga mahasiswa dapat mencapai kesuksesan selama menempuh pendidikan tanpa memikirkan perilaku yang justru dapat merugikan dirinya.

Implikasinya adalah semakin penting untuk menerapkan pengetahuan dari mata kuliah yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan sehingga kemampuan dalam literasi keuangan semakin baik (Yanti, 2013; Mardikaningsih, 2014). Literasi keuangan pasti dibutuhkan untuk menunjang mahasiswa agar terhindar dari permasalahan keuangan seperti kurangnya kemampuan dalam mengatur pengeluaran untuk kebutuhan yang berakibat pada keinginannya untuk terlibat dengan pinjaman online yang memberikan beragam kemudahan. Selain itu juga dibutuhkan pendidikan keuangan yang dapat membantu untuk mengukur literasi keuangan mahasiswa agar memiliki informasi yang lebih baik sehingga nanti dalam menentukan keputusan memang sudah berdasarkan pertimbangan yang terencana (Roa Garcia, 2011; Xu & Xia, 2012; Sinambela *et al.*, 2014; Padma *et al.*, 2018). Menurut Abu (2007) dan

Sutarjo (2007) pendidikan juga dapat diperoleh dari keluarga (orang tua) karena status ekonomi orang tua yang tinggi, maka mahasiswa juga dapat memperoleh kesempatan dalam hal pengalaman yang berhubungan dengan finansial mereka. Dari beberapa faktor eksternal yang telah terbentuk, maka akan lebih berarti bila di dukung dengan faktor internal yang berasal dalam diri mahasiswa tersebut seperti memiliki konsep diri, pengendalian diri yang baik agar tidak mudah terpengaruh oleh segala macam perubahan yang belum tentu memberikan manfaat bagi dirinya.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa memang ada hubungan diantara perilaku konsumtif dan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman online. Ada hubungan yang searah yang terjadi. Dengan mengurangi perilaku konsumtif maka akan menurunkan minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online*. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat disampaikan beberapa saran seperti bagi pihak pemberi pinjaman online sudah seharusnya memberikan batasan terhadap mahasiswa yang melakukan pinjaman. Hal ini untuk mengantisipasi agar tidak terjadi permasalahan di kemudian hari yang dapat merugikan kedua belah pihak. Selain itu mahasiswa sebelum memutuskan untuk melakukan pinjaman *online* juga harus mengedepankan pengetahuan yang dimanfaatkan untuk mencari informasi dan memastikan bahwa pinjaman online yang akan digunakan memang telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga dapat meminimalisir risiko yang tidak pernah diharapkan oleh mahasiswa. Selanjutnya untuk peneliti di masa depan dapat menambahkan variabel lain agar penelitiannya memberikan hasil yang lebih bervariasi sehingga dapat digunakan untuk mendukung dan mengembangkan hasil penelitian dengan topik yang berbeda namun masih relevan dengan penelitian ini.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Abu, A. (2007). *Social Psychology*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Al Hakim, Y.R., M. Hariani, D. Darmawan, R. Mardikaningsih, & Moch. Irfan. (2014). Pembelajaran Mahasiswa Melalui Media Jejaring Sosial, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 1(2), 109-124.
- Azizah, N., Saraswati, M. Hariani, R. Mardikaningsih, & T. Wijayanti. (2015). Keterlibatan Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Minat Mendaftar Mahasiswa di Perguruan Tinggi, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 1(4), 257-270.



- Belk, R. W. (1985). Materialism: trait aspects of living in the material world. *Journal Consumer*, 12, 265–280.
- Blackwell, R. ., P. Miniard, & J. Engel. (2001). *Consumer Behavior*. Ohio: South- Western.
- Bøe, T., M. Hysing, K.J. Lønning, & B. Sivertsen. (2012). Financial Difficulties and Student Health: results from a National Cross-Sectional Survey of Norwegian college and university students. *Mental Health Prevent*, 21, 200196.
- Chen, R., F. D. Delli, O. R. Isma, D. Darmawan & F. Delinger. (2015). Consequences of Word of Mouth from the Perspective of WOM Senders, *Journal of Marketing Management*, 31(9), 1018-1039.
- D’Astous, A. (1990). An Inquiry Into the Compulsive Side of “Normal” Consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13(1), 15–31.
- Darmawan, D. & M. Hariani. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*, Metromedia, Surabaya.
- Darmawan, D. (2002). Model perilaku konsumen individu, *Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 2(1), 1-10.
- Darmawan, D. (2013). Pengaruh Konsep Diri dan Kecerdasan Adversitas terhadap Motivasi Berprestasi dan Intensi Berwirausaha, Metromedia, Surabaya.
- Darmawan, D. (2016). Pengaruh Pembelajaran dan Kendali Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi pada Mahasiswa Peserta Matakuliah Pengantar Ilmu Ekonomi), Metromedia, Surabaya.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Motivasi Maslow terhadap Intensi Berwirausaha, *Prosiding, International Conference on Ethnicity and Globalization*, Univ. Trunojoyo Madura, 3 - 4 Oktober 2017, 100 - 112. Darmawan, D. 2019. *Ekonomi*, PT Revka Prima Media, Surabaya.
- Darmawan, D. (2017). The Effects of The Big Five Personality on Job Performance, *Management & Accounting Research Journal*, 2(1), 36-42.
- Darmawan, D. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, 1(1), 16-21.
- Darmawan, D. (2020). Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(3), 344-364.
- Davitri, E., E. A. Sinambela, & E. T. Aprilianti. (2015). Pendekatan Progresif Untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Penulisan Artikel Ilmiah, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(2), 127-142.

- Del- Rio, A, & G. Young. (2005). The Determinants of Unsecured Borrowing: Evidence from British household panel survey “working papers bank of England. Quarterly Bulletin, 45(2).
- Dittmar, H., J. Beattie, & S. Friese, S. (1995). Gender Identity and Material Symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of Economic Psychology*, 16(3), 491-511.
- Djaelani, M. & Sudjai. (2015). Peran Kemampuan Dosen dan Metode Pembelajaran Terhadap Kualitas Layanan Kepada Mahasiswa, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(2), 111-126.
- Djati, S. Pantja & D. Darmawan. (2004). Pengaruh Kesan Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan mahasiswa PTS terhadap Minat Mereferensi Kampusnya, *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 190-204.
- Elliott, M. A., C.J. Armitage, & C.J. Baughan. (2003). Drivers’ Compliances With Speed Limits: an application of the theory of planned behavior. *Journal Application Psychology*, 88, 964–972.
- Darmawan, D. 2008. *Psikologi Konsumen*, Addar Press, Jakarta.
- Ferrinadewi, E. & D. Darmawan. (2004). *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Firlailly, S. (2005). *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*. Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Fromm, E. (1995). *Perilaku Konsumen*. Erlangga: Jakarta.
- Golsmith, R. E., L.R. Flynn, & R.A. Clark. (2012). Matrealistic, Brand Engaged and Status Consuming Consumers and Clothing Behaviors. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 6(1), 102-119.
- Gunawan, A., M. Hariani, & T. Baskoro. (2016). Upaya Strategik Mengenalkan Jiwa Kewirausahaan Untuk Siswa Sekolah Dasar, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(3), 167-180.
- Gunawan, Aditya., Setya Arum, R. Mahyanaila, Hikmatul Khasanah. (2019). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Hansen, J.M., G. Saridakis, & V. Benson. (2018). Risk, Trust, and The Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers’ Use of Social Media for Transactions. *Computers Human Behavior*. 80, 197–206.
- Hariani, M., K. Juniasih & N. Cahyani. (2012). Media Pembelajaran dan Pengaruhnya terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa, *Jurnal Ilmiah Merdeka Ekonomi*, 1(2), 131-140.

- Hutomo, S. & D. Darmawan. (2011). Optimalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia Menuju Keunggulan Bersaing, *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 13-22.
- Ju, U., J. Kang, & C. Wallraven, C. (2019). To Brake or Not to Brake? Personality Traits Predict Decision-Making in an Accident Situation. *Front. Psychol*, 10, 134.
- Kabalmay, S.S. & E. T. Aprilianti. (2016). Kenakalan Peserta Didik di Sekolah dan Upaya Penanggulangan, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(4), 255-268.
- Kassarjian, H.H. (1981). *Perspectives in Consumer Behavior*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- Khasanah, H. & M. Hariani. (2015). Peran Efikasi Diri dan Lingkungan Belajar terhadap Hasil Belajar Mahasiswa, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(2), 97-110.
- Lestari, U.P. & H. A. Juanita. (2015). Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Pemanfaatan E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk E-Ticket Pesawat di Octopus Travel Surabaya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 1-12.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Mardikaningsih, R. (2014). Metode Pembelajaran dan Variasi Penerapannya, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 1(1), 43-54.
- Mardikaningsih, R., A. Gunawan, D. Darmawan & A. Karina. (2015). *Manajemen, Teknologi, dan Bisnis*, Addar Press, Jakarta. Mardikaningsih, R. 2018. *Teori Keputusan*, Metromedia, Surabaya.
- Miller, L. (2019). The Level of Decision-Making, Perceived Influence, and Perceived Satisfaction of Faculty and Their Impact on Student Retention in Community Colleges. *Communication College Journal Resources Practice*. 43, 515–529
- Padma, A., N. Aisyah, D. Darmawan, I.A. Azmi & A. R. Putra. (2018). Contingency Approach to Strategies for Service Firms, *Business Research*, 7(2), 178-189.
- Peter, J.P & J.C. Olson. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill, New York.
- Purwanti, S., T. Palambeta, D. Darmawan, & S. Arifin. (2014). Hubungan Metode Pembelajaran dan Motivasi Belajar Siswa, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 8(1), 37-46.
- Ramadani, Laila. (2016). Effects of Use of Debit Cards and Electronic Money (EMoney) on Student Consumption Expenditures. *JESP*, 8 (1).
- Roa Garcia, J.M. (2011). Financial Education and Behavioral Finance: New Insights into The Role of Information in Financial Decisions. *Journal of Economic Surveys* (2011), 27(2), 2970-315. Darmawan, D. 2014. *Perilaku Konsumen*, Metromedia, Surabaya.

- Sazali, H., & F. Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*.
- Schiffman, L. & L.L. Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. PT INDEKS: Jakarta.
- Scully, K., & M. Moital. (2016). Peer Influence Strategis in Collectively Consumed Products. *Young Consumer*, 17(1), 46-63.
- Seligman, A. (1997). *The Problem of Trust*, Princeton, New Jersey: Princeton university press. *ives in Consumer Behavior*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- Sihombing, N., N. Suryanto, M. Mahameru, M. Setiawan, S.S. Marsella, & M.E. Li. (2019). Dampak Penggunaan Pinjaman Online Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Yogyakarta, 3, 500-507.
- Sinambela, E.A., R. Mardikaningsih & D. Darmawan. (2014). *Inovasi Pendidikan dan Profesionalisme Guru*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Sutarjo, M., D. Darmawan & Yuni Indah Sari. (2007). *Evaluasi Pendidikan*. Spektrum Nusa Press, Jakarta. Darmawan, D. 2012. *Manajemen Informasi*. Metromedia, Surabaya.
- Themba, G, & C.B. Tumedi. (2012). Credit Card Ownership and Usage Behaviour in Botswana. *International Journal of Business Administration*, 3(6), 60–71.
- Ujianto & D. Darmawan. (2003). Rasionalitas Mahasiswa dalam Memilih Partai Politik: Studi terhadap Faktor yang Dipertimbangkan Mahasiswa Kota Surabaya dalam Memilih Partai Politik, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 43-54.
- Wahab, E., A. Aziz, D. Darmawan, M. Hashim & Y. Fan. (2017). Marketing New Products to Mainstream Customers, *Journal of Economics and Business*, 8(2), 239-246.
- Wang, P. Z. (2015). Exploring the Critical Factors Influencing Online Lending Intentions. *Financial Innovation*, 1(8).
- Wood, M. (1998). Socio-Economic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*, 19(3), 295–320.
- Xu, L. & B. Zia. (2012). *Financial Literacy around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward*. Policy Research Working Paper 6107, The World Bank Development Research Group, Finance and Private Sector Development Team.
- Yang, Q., C. Pang, L. Liu, D.C. Yen, & J.M. Tarn. (2015). Exploring Consumer Perceived Risk and Trust for Online Payments: an empirical study in China's younger generation. *Computers Human Behavior*. 50, 9–24.

- Yanti, Y. & D. Darmawan. (2016). Pengaruh Kompetensi Guru dan Lingkungan Belajar Terhadap Hasil Belajar melalui Motivasi Belajar Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(4), 269-286.
- Yanti, Y., Yuliana, D. Darmawan & E. A. Sinambela. (2013). *Psikologi Pendidikan*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Zimmerman, B. J. (2008). Investigating self-regulation and motivation: Historical background, methodological developments, and future prospects. *American Educational Research Journal*, 45(1), 166-183.