

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM BELANJA ONLINE

AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF MOBILE BANKING USAGE TOWARD THE STUDENTS' CONSUMPTIVE BEHAVIOR LEVEL IN ONLINE SHOPPING

Dina Pratiwi dan Aqidah Asri Suwarsi

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah istimewa Yogyakarta, 55183

Email: dinadee.freedom@gmail.com

Aqidah.asri@fai.umy.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Mobile Banking terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online sebagai sumber informasi atau referensi ilmiah serta mampu memberikan kontrol kelompok mahasiswa terutama mahasiswa yang cenderung berpotensi berperilaku konsumtif dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik sampel random. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden mahasiswa FEB UMY yang dipilih berdasarkan rumus perhitungan jumlah sampel penelitian dengan menggunakan metode slovin. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas serta metode pengujian hipotesis menggunakan pengujian model pengukuran dan model struktural. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Mobile Banking memiliki pengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online. Variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif secara signifikan dengan perolehan nilai koefisien (original sampel) sebesar 0,463; nilai T-statistik sebesar 8,414; dan nilai P-value sebesar 0,00. Adanya kemudahan bertransaksi, efektivitas, fleksibilitas dan kemudahan penggunaan dalam mengadopsi Mobile Banking memberikan sumbangan sebesar 21,5 persen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung memiliki intensitas belanja online yang tinggi dan tertarik dengan promo yang diberikan penjual walaupun produk tersebut tidak dibutuhkan..

Kata Kunci: *Mobile Banking, Perilaku Konsumtif, Belanja Online.*

Abstract

The aim of the research is to investigate the influence of mobile banking usage toward the students' consumptive behavior level in online shopping that can be used as a source of information or scientific references and it is able to provide a control group of students, especially students who tend to have consumptive behavior in using a technology. The research type is quantitative. The type of data in this study using primary data source collected from the questionnaire distribution with random sampling. The samples were 100 respondents of Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (FEB UMY) were selected based on the formula calculation

of the amount of sample using methods slovin. Data analysis techniques in this study using validity and reliability test as well as the method of hypothesis testing using outer model and inner model. The results of the research show that mobile banking usage has influence toward the students' consumptive behavior level in online shopping. The variable mentioned has positive and significant influence on coefficient value obtained (original sample) of 0,463; the T-statistic value of 8,414; and p-value of 0.00. There are the ease of transaction, effectiveness, flexibility, and the ease of mobile banking usage adoption contributing to 21.5 percent toward the students' consumptive behavior which tend to have high intensity in online shopping and are interested to promos offered by the seller even though the products are not needed.

Keywords: *Mobile Banking, Consumptive Behavior, Online Shopping*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi perilaku seseorang, salah satunya dalam berkonsumsi. Kini dengan adanya internet, masyarakat dapat dengan mudah dan efisien mendapatkan barang dan jasa yang mereka inginkan melalui internet, terlebih adanya sistem pembayaran belanja *online* yang dapat dilakukan secara non tunai melalui internet mobile.

Teknologi yang terus berkembang menjadikan sistem pembayaran belanja *online* dapat dilakukan dengan praktis yang sebelumnya hanya dilakukan melalui transfer ATM menjadi mampu dilakukan lewat smartphone dengan aplikasi *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan bagian perkembangan teknologi di dunia perbankan guna memfasilitasi konsumen dalam bertransaksi dengan cepat dan efisien. Ketika sistem pembayaran dituntut untuk memenuhi setiap kebutuhan masyarakat dalam hal ini transfer dana secara lebih cepat dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan bertransformasi dengan sangat pesat diiringi berbagai fasilitas kemudahan dalam bertransaksi (Ramadhani, 2016).



Gambar 1.

Perkembangan Penggunaan *Mobile Banking* di Indonesia dari Tahun 2012 – 2014

Sumber: Hasil survei MEF (*Mobile Ecosystem Forum*)

Pada grafik di atas menjelaskan bahwa penggunaan *Mobile Banking* di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2014 mengalami peningkatan cukup tajam yang sebelumnya hanya 58 persen menjadi 80 persen. Adanya peningkatan yang signifikan tersebut membuat Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan pengguna *Mobile Banking* yang cukup tinggi, hingga di atas rata-rata skor global. Pertumbuhan tersebut membuktikan bahwa kemudahan yang diberikan oleh *Mobile Banking* dapat di manfaatkan oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Saat ini, *Mobile Banking* juga dapat digunakan untuk transaksi pembayaran saldo *e-money* yang kini kian marak digunakan di kalangan masyarakat sebagai pembayaran transaksi belanja *online*. Tentunya, dengan menggunakan *Mobile Banking* pembayaran saldo *e-money* tersebut akan lebih praktis, cepat, dan mudah.

Pada kajian sebelumnya menyebutkan aktivitas belanja *online* banyak disukai oleh kaum muda pada kelompok perguruan tinggi (Laudon dan Bitta dalam Karla, 2015). Teridentifikasi lebih dari separuh pengguna internet berpendidikan diploma ke atas (tamam diploma, pendidikan S1 dan atau S2) yang menggunakan internet sebagai tempat berbelanja *online* (Kementrian Komunikasi dan Informatika dalam Karla, 2015). Melihat fenomena tersebut, pengadopsian *Mobile Banking* membuat mahasiswa akan lebih mudah dalam melakukan aktivitas transaksi belanja *online*. Disamping itu, pembayaran *Mobile Banking* ini dapat mengatur pola hidup menjadi efisien maupun lebih konsumtif.

Pengadopsian *Mobile Banking* di kalangan remaja maupun mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku dalam berkonsumsi karena mereka akan lebih mudah mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan daripada harus melakukan transaksi melalui ATM dengan mengorbankan waktu, tenaga dan biaya akomodasi yang dapat membuat mahasiswa berpikir dua kali dalam membeli barang tersebut. Penggunaan *Mobile Banking* tersebut dapat berpotensi menimbulkan perilaku konsumsi secara konsumtif bagi mahasiswa. Sementara dalam konsep ekonomi islam, salah satu perilaku yang harus dijaga dan dijalani dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu berupa perilaku konsumsi yang tidak boros maupun tidak bersikap konsumtif.

Dalam hal ini mahasiswa muslim telah menjadi bagian dari generasi milenial. Oleh karenanya, mereka perlu bersikap kritis terhadap kegiatan konsumsi agar tetap berada pada syariat yang telah ditentukan. Pada penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi terbesar versi DIKTI dari 110 perguruan tinggi yang tersebar di beberapa titik Yogyakarta dengan urutan 5 dari 10 universitas terbaik di Yogyakarta (Azhar, 2018). Dengan kampus yang memiliki jargon Unggul dan Islami, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta seharusnya dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang dijiwai oleh etika yang bersumber pada ajaran islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang fokus pada pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai-nilai islam merupakan bidang yang tepat untuk mengukur tingkat pemahaman maupun implementasi pada kegiatan konsumsi secara islami dalam kegiatan transaksi belanja *Online*.

Pada kajian sebelumnya menyatakan bahwa belanja *online* khususnya pada mahasiswa FEB UMY telah menjadi tren (Krisdiantoro, 2016). Mahasiswa FEB UMY sudah terbiasa dan menyukai belanja Online karena mudah dan praktis (Melinda, 2019). Survei pada 30 responden mahasiswa FEB UMY yang menggunakan Mobile Banking menyatakan bahwa hampir setiap minggu mahasiswa berbelanja *online* dengan kriteria pembelian barang yang bervariasi berupa pakaian, sepatu, tas, kosmetik, asesoris, dan lain-lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden berinisial MB mengaku lebih tertarik menggunakan *Mobile Banking* baik dalam bertransaksi belanja *online* maupun pengisian saldo *e-money* karena dinilai lebih praktis daripada harus pergi ke ATM. Lebih lanjut, adanya variasi harga dan barang serta kemudahan dalam mengakses membuat MB memilih belanja *online* daripada harus mengunjungi toko secara langsung.

Adanya rasa nyaman serta kepuasan yang dirasakan dalam membeli suatu produk melalui berbagai media *online* dengan transaksi serba instan melalui internet *Mobile* tentunya dapat memicu mahasiswa untuk melakukan pembelian secara ulang dimana hal tersebut dapat menyebabkan mahasiswa berbelanja secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan, tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sumber informasi atau referensi ilmiah, serta dapat memberikan kontrol kelompok mahasiswa terutama mahasiswa yang cenderung berpotensi berperilaku konsumtif dalam menggunakan suatu teknologi

Berdasarkan kajian sebelumnya oleh Jamie Lynn Garret, Robert Rodermund, NaRita Anderson, Sara Berkowitz, dan Cliff A. Robb (2014) yang berjudul “*Adoption of Mobile Payment Technology by Consumers*” menjelaskan bahwa penggunaan pembayaran mobile dapat mendorong konsumen untuk terus berbelanja atau berperilaku belanja kompulsif karena adanya rasa nyaman yang dirasakan dari penggunaan pembayaran mobile. Selain itu, hasil juga menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara pengadopsian pembayaran mobile dengan masalah manajemen keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhani (2016) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa” yang menjelaskan bahwa kecepatan dan kemudahan penggunaan sistem transaksi non tunai atau *e-money* dapat mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif, hal ini disebabkan karena secara psikologis konsumen akan lebih mudah membelanjakan uang dalam bentuk non tunai dibandingkan tunai. Dengan demikian, peneliti berasumsi bahwa hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Mobile Banking* dengan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji teori serta

menganalisisnya dari data-data kuantitatif yang telah terkumpul, di samping itu dapat menguji hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY dengan jumlah 3389 mahasiswa. Rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Slovin. Hasil perhitungan sampel pada penelitian ini sebanyak 97 dimana peneliti mengambil sampel penelitian berjumlah 100 partisipan. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan menggunakan media google form yang dilakukan secara *online* melalui media sosial via whatsapp dan line. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui metode survei dengan kuesioner menggunakan skala likert (skala 1-4). Sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur yang dikumpulkan dari sumber-sumber terpercaya seperti jurnal, buku, skripsi, tesis, e-book, dan bahan bacaan *online* lainnya.

Penelitian ini menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*), yaitu analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara bersamaan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*), yakni dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Serta, pengujian model struktural (*inner model*) untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2015).

HASIL ANALISIS DATA

Pengujian hipotesis penelitian ini dapat mengacu pada 3 poin untuk pengujian struktural dengan bootstrapping seperti nilai Original Sample (β), T-statistic, dan P-values. Ada pun kegunaan setiap poin tersebut, yaitu: Original sampel (β) berfungsi sebagai tolak ukur apakah terdapat pengaruh arah hubungan antar konstruk. T-Statistics digunakan untuk melihat tingkat signifikansi pada hipotesis. Kemudian, P-value berfungsi sebagai tolak ukur tingkat signifikansi hipotesis dengan level signifikansi yang berbeda.

Tabel 2.
Hasil Pengujian Hipotesis

| | Original Sample (β) | T-Statistics | P Values |
|-------------------------------------|--------------------------------|--------------|----------|
| Penggunaan <i>Mobile Banking</i> | 0.463 | 8.414 | 0.000 |
| N = 100 | | | |

Dari hasil pengujian hipotesis menjelaskan adanya nilai koefisien (original sampel) besar 0,463 artinya memiliki pengaruh positif. Lebih lanjut, nilai t-statistik sebesar 8,414 lebih besar dari 1,96 dan nilai P-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh signifikan pada variabel perilaku konsumtif. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ini didukung dengan tingkat signifikansi 5 persen.

Tabel 3.
Nilai R-Square

| Konstruk | R Square | R Square Adjusted |
|-----------------------|----------|-------------------|
| Perilaku Konsumtif | 0.215 | 0.207 |

Sumber: Data Primer yang diolah (2019)

Setelah mengetahui adanya pengaruh antara penggunaan *Mobile Banking* dan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*, peneliti selanjutnya akan menganalisis seberapa besar pengaruh yang dimiliki kedua variabel tersebut. Kekuatan hubungan antar variabel akan dilihat menggunakan R-Square. Dari hasil penelitian ini nilai R² untuk perilaku konsumtif yaitu berjumlah 0,215 yang berarti 21,5 persen variance dari perilaku konsumtif di jelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor dari variabel eksogen berupa penggunaan *Mobile Banking*. Sementara, 78.5 persen variance dapat dipengaruhi oleh faktor lain selain penggunaan *Mobile Banking* yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja Online

Dalam penelitian ini diketahui bahwa penggunaan Mobile Banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja Online. Hasil penelitian ini konsisten dengan kajian sebelumnya oleh Lynn Garret *et al.* (2014) yang menunjukkan pembayaran melalui Mobile memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat perilaku konsumtif karena konsumen merasakan kenyamanan ketika menggunakan pembayaran Mobile. Sama halnya dengan penelitian Ramadhani (2016) yang menjelaskan bahwa kecepatan dan kemudahan penggunaan sistem transaksi non tunai atau *e-money* dapat mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa penggunaan *Mobile Banking* menjadikan metode pembayaran belanja *online* yang dilakukan mahasiswa terasa lebih mudah karena mereka merasakan kenyamanan dalam bertransaksi berupa efektivitas, fleksibilitas dan mudah digunakan. Namun, hal tersebut justru memberikan pengaruh sebesar 21,5 persen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena mereka akan lebih mudah mengeluarkan uangnya menggunakan *Mobile Banking* dibandingkan harus pergi ke ATM untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka inginkan.

Lebih lanjut, Adanya tawaran promo dengan harga yang terjangkau dan akses untuk melakukan metode pembayaran yang mudah justru mendorong tingginya intensitas belanja *online* pada mahasiswa seperti membeli produk *online* tanpa adanya perencanaan dan membeli produk baru meskipun produk lama yang sejenis masih dapat digunakan inilah indikator dari perilaku konsumtif. Hal tersebut juga menjadikan mahasiswa berperilaku boros karena pengeluaran yang dihabiskan akan lebih banyak tanpa adanya pertimbangan kegunaan barang tersebut.

Membeli produk tanpa mempertimbangkan akan nilai kegunaan itu sendiri dapat memberikan rasa puas sesaat, tetapi menyebabkan perilaku yang boros. Sementara, ditinjau pada etika konsumsi islam bahwa seorang muslim hendaknya perlu menghabiskan hartanya secara proporsional yang artinya tidak bersifat pelit atau boros. Maka dari itu, responden dalam penelitian ini belum sepenuhnya dapat mengendalikan perilaku konsumsi secara islami karena responden menggunakan pendapatannya untuk hal yang kurang bermanfaat atau tidak berdasarkan kebutuhan. Tujuan mengonsumsi telah beralih fungsi sebagai pemenuh keinginan bukan lagi didasarkan atas kebutuhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan Mobile Banking terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja Online. Hal ini dikarenakan responden merasakan adanya kegunaan dan kemudahan penggunaan dalam mengadopsi *Mobile Banking* sehingga mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* yang cenderung memiliki intensitas belanja *online* yang tinggi dan mudah tergiur oleh promo-promo dengan harga ekonomis yang ditawarkan oleh *online shop* walaupun barang tersebut tidak dibutuhkan. Dalam penelitian ini responden belum sepenuhnya dapat mengendalikan perilaku konsumsi yang sesuai dengan konsep ekonomi islam karena responden menggunakan pendapatannya untuk hal yang kurang bermanfaat atau tidak berdasarkan kebutuhan.

Melihat adanya pengaruh antara penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*, maka diperlukan kontrol diri oleh mahasiswa ketika berbelanja *online*. Selain itu, perlu adanya edukasi terutama melalui peran dari keluarga dan tetap mengontrol anak dalam mempergunakan uang sakunya sehingga tidak berbelanja *online* secara berlebihan, serta kesadaran atau inisiatif diri sendiri untuk lebih bertindak selektif dalam memilih barang mana yang dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan saja. Apabila diberi rezeki yang lebih oleh Allah SWT, sebaiknya digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat, salah satunya saling berbagi kepada makhluk Allah yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Karimudin. (2015). Dailysocial.id, 6 Februari. Diakses pada 18 Desember 2018. <https://dailysocial.id/post/mobile-Banking-indonesia>.
- A.P. Barten. (1974). Consumer Behaviour and Economic Theory a Comment. Louvain Economic Review, Vol. 40, No. 3.
- Deshapri, dkk. (2015). Pengaruh persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna *online shop* terhadap minat menggunakan rekening bersama (studi pada pengguna Kaskus.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1.

- Dewi, Sukma K. (2014). Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumif Masyarakat. *Ahkam*, Vol: XIV, No. 2.
- Georgiana, Bighiu *et. al.*, (2015). Compulsive buying behavior on the internet. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 20, No: 72-79.
- Jamie, Lynn G. *et. al.*, (2014). Adoption of Mobile Payment Technology by Consumers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 42, No. 2: 358-368.
- Juanita, Karla. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, *Favorite Promotion Strategy*, dan Orientasi Belanja Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja *Online* di Instagram. *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Indonesia.
- Kurniawan, Dudi. (2014). Kriteria nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Syariah produktif dan konsumtif. *Tesis Gelar Magister*. Universitas Indonesia.
- Krisdiantoro, Danang. (2016). Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Laksana, Giga Bawa dkk. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No. 2.
- Melita, Fitria Eva. (2015) Dampak *Online Shop* di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarind. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1(3), No. 117-128.
- Nelasari, Ratna Purti dan Cahyono Hendry. (2018). Pengaruh Sistem Transaksi non Tunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1 No. 2.
- Publisher. (2018). Badan Litbang, 23 Maret. Diakses pada 12 Januari 2018. <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>

Ramadhani, Laila. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, Vol.8, No. 1.

Sugyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Naskah Publikasi atas:

Nama : Dina Pratiwi
NIM : 20150730180
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : **ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM BELANJA *ONLINE***
Dosen Pembimbing : Aqidah Asri Swarsi, S.E., M.E.I.

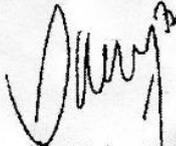
Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 12%.
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui
Ka. Ur. Pengelolaan



Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 05-08-2019
yang melaksanakan pengecekan



Ikram Al- Zein, S.Kom.I