



PENGARUH FINANCIAL LITERACY DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT KREDIT PADA *CIVITAS* AKADEMIKA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN DI KOPERASI AL-MUAWWANAH

Rusdi R¹, Ilsa Agustina²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh *Financial Literacy* dan, *self efficacy* terhadap minat kredit pada *civitas* akademika universitas islam negeri alauddin di koperasi al-muawwanah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proportional random sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 120 responden. Kemudian data dianalisis menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit *pada*, dan *self efficacy* berpengaruh positif terhadap perilaku kredit *pada*, dan secara simultan *Financial Literacy*, dan *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit *pada* pada *Civitas Akademika* UIN Alauddin Makassar.

Kata Kunci: Financial, Literacy, Self Efficacy dan Kredit

ABSTRACT

The purpose of this study is to empirically test the effect of Financial Literacy and self-efficacy on credit interest in the academic community of the State Islamic University of Al-Muawwanah at the Al-Muawwanah Cooperative. This study used a quantitative approach, the sampling technique in this study used proportional random sampling, so that a sample of 120 respondents was obtained. Then the data were analyzed using quantitative methods using validity and reliability tests, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test and t test. The results of this study indicate that Financial Literacy has a positive and significant effect on credit behavior, and self-efficacy has a positive effect on credit behavior, and simultaneously Financial Literacy and self-efficacy have a positive and significant effect on credit behavior in the UIN Alauddin Makassar Academic Community

Keywords: Financial, Literacy, Self Efficacy and Credit

PENDAHULUAN

Perkembangan yang pesat dalam sistem perekonomian membuat sektor industri semakin mengalami peningkatan, yang menarik perhatian dari para konsumen. Peningkatan dari sector industry baik elektronik, perumahan,



kendaraan, peralatan rumah tangga, pakaian dan sebagainya memberikan dampak yang sangat pesat dalam tatanan kehidupan masyarakat. Dengan penambahan produk yang ditawarkan oleh produsen yang menarik mampu menarik perhatian serta minat konsumen untuk melakukan pembelian secara kredit yang dapat menimbulkan perilaku *pada*. Minat perilaku kredit *pada* akan menjadi sebuah budaya dalam tatanan kehidupan, ketika masyarakat memiliki gaya hidup yang mewah serta berkelas yang ditunjang oleh *financial* yang memadai. Minat kredit *pada* bukan hanya mempengaruhi tatanan perekonomian tetapi mampu mengubah kehidupan sosial yang dimiliki, oleh karena itu *Financial Literacy* menjadi sangat penting dalam mengontrol pengeluaran yang dilakukan oleh seseorang agar terhindar dari minat untuk melakukan kredit *pada* terhadap barang-barang yang menarik perhatian.

Tingkat pengetahuan yang baik akan membuat seseorang berfiki dalam melakukan pembelian secara kredit dan mungurangi sedikit minat serta kebiasaan dalam melakukan perbelanjaan secara berlebihan. Namun ketika seseorang memiliki *Financial Literacy* yang kurang maka ia akan melakukan kegiatan perbelanjaan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kemampuan dengan keinginannya dalam berbelanja. Perilaku seperti inilah yang memicu perilaku kredit *pada* dikoperasi. Namun tidak semua permintaan kredit dikabulkan oleh koperasi, pihak koperasi juga melakukan analisis mendalam terhadap calon nasabah yang ingin melakukan kredit *pada* agar terhindar dari permasalahan kredit macet (*non prerfoming loan*) (Fernos,2019). Minat kredit *pada* sangat banyak diminati dari berbagai kalangan terutama yang bergelut dalam dunia akademik (pegawai & dosen) untuk dapat memenuhi kebutuhan secara mendesak maupun dalam jangka panjang. Kredit *pada* menjadi salah satu alternative pilihan untuk memenuhi kebutuhan baik dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga, kendaraan, perumahan, alat elektronik dan sebagainya. Ketika seorang pegawai maupun dosen ingin melakukan kredit *pada* mereka harus memiliki *image* yang baik dalm institusi keuangan seperti koperasi (Rahmansyah, 2016).

Dalam sebuah institusi keuangan jika seseorang ingin melakukan kredit maka koperasi akan meminta sebuah jaminan seperti SK, sertifikat rumah, surat kendaraan dan barang-barang berharga lainnya, sebagai antisipasi ketika nasabah tidak dapat melakukan pembayaran terhadap kredit yang diambilnya. Dari data manajemen koperasi Al-Muawwanah pegawai yang aktif dalam koperasi terdapat 9 orang untuk melayani setiap nasabah yang ingin melakukan kegiatan transaksi baik dalam hal jual beli, berinvestasi serta nasabah yang ingin melakukan kredit pada koperasi. Koperasi yang terdapat dalam kampus mempermudah pegawai dan dosen yang sedang membutuhkan dana baik secara mendesak maupun jangka panjang



dalam melakukan kredit. Berdasarkan data yang diperoleh dari manajemen koperasi Al-Muawwanah terdapat 240 orang nasabah yang aktif dalam mengambil kredit pada koperasi dari semua nasabah yang melakukan pengambilan kredit tidak semua nasabah melakukan pembayaran angsunan secara tepat waktu yang mampu meimbulkkan permasalahan kredit macet. Permasalahan kredit macet banyak ditemui dalam lembaga keuangan seperti koperasi, yang memberikan penyaluran kredit kepada nasabah dengan waktu tertentu namun kemampuan nasabah untuk membayar angsunan terbatas sehingga menimbulkan gagal bayar.

Berdasarkan data dari manajemen koperasi Al-Muawwanah, dari jumlah nasabah yang melakukan kredit terdapat 20 orang nasabah yang mengalami masalah dalam membayar angsunan setiap bulan terhadap kredit yang diambilnya inilah yang mampu memicu kredit macet dalam sebuah lembaga keuangan (koperasi). Dengan jumlah kredit yang tinggi dalam lingkup Universitas baik yang dilakukan oleh kalangan pegawai maupun dosen diperlukan pemahaman pengelolaan keuangan yang baik, sehingga pemasukan dan pengeluaran dapat dipertimbangkan dengan baik dalam penggunaan keuangan sehingga mampu untuk menutupi angsuran yang seharusnya dipenuhi setiap bulan sehingga tidak terjadi keterlambatan dalam pembayaran (Andrew, 2014). Adapun factor-faktor yang membuat seseorang melakukan kredit baik dari factor internal maupun factor eksternal. Adapun factor internal dari seseorang dalam melakukan kredit adalah *Financial Literacy* sedangkan factor eksternal yaitu *self efficacy*. pengelolaan keuangan serta kemampuan keuangan yang dimiliki (Rahayuningsih, 2018).

Financial Literacy mampu memberikan dampak terhadap kemampuan, keinginan, sikap dan pengumpulan informasi sebelum melakukan kegiatan berbelanja serta pengambilan kredit. Dimana ketika seseorang memiliki pemahaman konsep keuangan yang baik maka untuk mengatasi resiko keuangan yang akan dihadapinya akan berkurang diwaktu yang akan datang (Andriani, 2017). Tingkat pemahaman dan pengetahuan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kredit yang diambil oleh seseorang pada lembaga keuangan seperti koperasi.

Self efficacy merupakan suatu kondisi ketika seorang pegawai ataupun dosen merasa memiliki kemampuan untuk menyelesaikan suatu kredit yang akan dijalankannya pada sebuah koperasi. Keyakinan diri yang dimiliki berdasarkan kemampuan yang telah dirasakan untuk menghasilkan ataupun memperoleh apa yang mereka butuhkan dan apa yang menjadi keinginan yang harus terpenuhi dengan tindakan mereka sendiri (Maddux, 2016). Adapun factor yang terakhir yaitu hedonism yang menjadi salah satu perilaku dari seseorang untuk membelanjakan apa yang mereka inginkan tanpa mempertimbangkan kemampuan serta manfaat dari barang yang akan dibelinya. Perilaku seorang pegawai maupun dosen yang



menyukai kesenangan agar mampu melupakan sejenak beban pekerjaan maka ia akan melakukan kegiatan berbelanja secara berlebihan tanpa memperhitungkan kemampuan dengan apa yang mereka keluarkan inilah yang sering menimbulkan kredit *pada* secara berlebihan. Dimana sikap hedonism lebih menyukai kegiatan diluar rumah dan berbelanja untuk menunjang penampilan yang mampu menunjang emosi positif yang dimiliki oleh seorang pegawai (Saladien, 2012).

Dengan demikian berdasarkan latar belakang diatas maka penulis menarik untuk melakukan penelitian "**Pengaruh *Financial Literacy* dan *Self Efficacy* terhadap Minat Kredit Pada Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Alauddin di Koperasi Al-Muawwanah**"

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah *Financial Literacy* dan *self efficacy* berpengaruh terhadap minat kredit pada *civitas* akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar di Koperasi Al-Muawwanah?
2. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap minat kredit *pada civitas* akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar di Koperasi Al-Muawwanah?
3. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap minat kredit *pada civitas* akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar di Koperasi Al-Muawwanah?

DISKUSI

Pengaruh *Financial Literacy* dan *Self Efficacy* terhadap Minat Kredit Pada *civitas Akademika UIN Alauddin Makassar di Koperasi Al-Muawwanha*

Hipotesis pertama (H1) dapat menyatakan bahwa *Financial Literacy* dan *self efficacy*, berpengaruh secara simultan terhadap perilaku kredit. Dilihat dari tabel 4.18 yang memperlihatkan *Financial Literacy* dan *self efficacy*, dan minat kredit mempunyai F- hitung sebesar 44.065 dengan tingkat signifikan 0.000. Tingkat signifikan lebih kecil dari 5% ($\alpha = 0.05$) dan F- hitung sebesar 44.065 lebih besar dari F- tabelnya sebesar 2.67. artinya dapat disimpulkan bahwa *Financial Literacy* dan *self efficacy* secara simultan berpengaruh secara positif terhadap minat kredit.

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Minat Kredit Pada

Financial Literacy merupakan salah satu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk memahami kondisi keuangan serta konsep keuangan yang mampu merubah sebuah *Financial Literacy* yang dimiliki secara tepat kedalam sebuah tindakan dan perilaku. Ketika pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dapat



diaplikasikan kedalam sikap dan minat dalam pengelolaan keuangan maka tindakan dalam berbelanja secara *pada* akan berkurang dan mampu menimbang serta memilah cara pengelolaan keuangan dengan tepat dan cermat ketika melakukan kegiatan perbelanjaan, serta mampu untuk mengantisipasi resiko yang akan muncul dari setiap kegiatan transaksi keuangan yang dilakukan dengan tepat.

Adapun hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel *Financial Literacy* menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan terhadap minat kredit *pada*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) yang dimana nilai t hitung sebesar -0.455 lebih kecil dari t tabel 1.655 dengan signifikansi sebesar 0.650 lebih besar dari 0.05. Hal tersebut dapat diartikan bahwa ketika *Financial Literacy* yang dimiliki oleh seseorang semakin tinggi maka minat kredit *pada* akan mengalami penurunan secara signifikan. *Financial Literacy* yang dimiliki oleh seseorang semakin tinggi maka akan mengurangi tingkat kegiatan berbelanja secara konsuntif terhadap suatu barang dan jasa, sedangkan semakin rendah tingkat *Financial Literacy* yang dimiliki oleh seseorang maka akan meningkatkan perilaku kredit *pada*. Adapun penyebab dari menurunnya minat kredit *pada* dikarenakan mayoritas responden berusia 21-30 dan 31-40 yang dimana pada usia tersebut merupakan usia yang telah mampu mempertimbangkan kegunaan dari suatu produk yang akan beli serta mengetahui manfaat dari kegiatan konsumsi yang dilakukannya tepat atau tidak untuk melakukan pengeluaran keuangan. Selain dari pada itu, pada usia tersebut kemampuan seseorang dalam melakukan kegiatan pekerjaan sangat menentukan konsumsi yang dijalankan. Karena dimana tingkat pekerjaan seseorang menuntut untuk membuat seseorang berpenampilan yang menarik dan rapi sehingga menuntut seseorang melakukan kegiatan perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan.

Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Kredit *Pada*

Self Efficacy merupakan suatu keyakinan diri yang dimiliki oleh seseorang dalam menjalankan sebuah kegiatan konsumsi yang diambil. Dimana keyakinan yang dimiliki mampu untuk menjalankan setiap apa yang telah diambil untuk dapat diselesaikan walaupun terdapat hambatan namun tetap mencapai tujuan yang diharapkan. Setiap kegiatan konsumsi kredit yang telah diambil oleh seseorang, jika memiliki keyakinan diri yang tinggi maka ia akan mampu untuk menyelesaikan setiap transaksi yang telah dijalangkannya dengan tepat waktu walaupun dengan berbagai kebijakan yang ditetapkan dalam menyelesaikan sebuah kredit yang diambilnya. Keyakinan diri yang dimiliki oleh seseorang mendikan seseorang menjadi kuat dan tetap semangat dalam menjalankan setiap pekerjaan walaupun dengan dalam tekanan.



Adapun hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel *Self Efficacy* menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat kredit *pada*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial atau uji t dimana nilai t hitung sebesar 0.504 lebih kecil dari t tabel sebesar 1.655 dengan signifikansi sebesar 0.615 lebih besar dari 0.05. Hal ini memiliki arti jika variabel *self efficacy* semakin tinggi maka akan meningkatkan minat kredit *pada* yang akan dilakukan oleh seseorang. *Self efficacy* secara teoritis mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, karena ketika seseorang memiliki tingkat keyakinan yang besar maka ia akan berani untuk mengambil sebuah keputusan dalam melakukan kegiatan konsumsi kredit besar ataupun kecil hingga kegiatan transaksi kredit yang diambilnya selesai. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Okky Dikria, Sri Umi mintarti W (2016), Dita Rahayu (2017), Sufrihana Rombe (2013), AR Kusuma, R Afdliahh (2012), S Purwaningsih, V Maulina (2017), menyatakan bahwa *self efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat kredit.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* dan *self efficacy*, terhadap minat kredit. Setelah dilakukan uji hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara simultan *Financial Literacy* dan *self efficacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kredit.
2. Secara parsial terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *Financial Literacy* terhadap minat kredit.
3. Secara parsial terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara variabel *self efficacy* terhadap minat kredit *pada*.

Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, penulis berharap peneliti selanjutnya agar lebih menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya dan merujuk kepada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan agar hasil penelitian yang didapatkan selanjutnya lebih baik dari sebelumnya. Melalui tahapan analisis dari penelitian ini dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Semoga KPN UIN Alauddin terus bertumbuh bersama masyarakat UIN Alauddin Makassar dalam pemenuhan kebutuhan anggotanya..



2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan lebih banyak responden agar hasil penelitian lebih relevan.
3. Dalam memperoleh data penelitian diharapkan tidak hanya melakukan melalui penyebaran kuesioner saja, tetapi juga memperoleh data secara langsung berupa wawancara, dan survey kepada responden agar peneliti memperoleh data yang lebih nyata dan lebih menggambarkan keadaan sebenarnya.

REFERENSI

Al-Qur'an Al-Karim

A Tsalitsa, Y Rachmansyah (2016) "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Pengambilan Kredit pada PT. Columbia Cabang Kudus" dari jurnal.untagsmg.ac.id

Aminatuzzahra' 2014 "Persepsi Pengaruh *Financial Literacy*, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu," Diakses 13 November 2019 dari *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23 No. 2

Andrew, V dan Nanik L 2014, "Hubungan Faktor Demografi dan *Financial Literacy* dengan Perilaku Keuangan Karyawan di Surabaya", Diakses 10 November 2019, dari <http://portalgaruda.org>

Andriani, Tan Yesika, dan Cholid, Idham "Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Kasus Nasabah *Bess Finance* Palembang)." Diakses 10 November 2019

Awaluddin, M. (2014) "Kajian Faktor Penentu Kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar". *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 2(2), 120-136

Awaluddin, M. (2016) "Pengaruh Budaya Organisasi, Kepuasan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Dosen UIN-Alauddin Makassar". *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 116-125.

Awaluddin, M. (2018) "Penguatan Peran Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi dalam Mengoptimalkan Kinerja Dosen Universitas Islam Negeri Alauddin



- Makassar melalui Kepuasan Kerja". *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 53-67.
- Awaluddin, M., & Sri Prilmayanti Awaluddin, S. (2020). "Business Performance Fluctuation Of Small Business As The Impact Of Leadership Style, Financial Inclusion, and Financial Management In Makassar City". *Palarch's Journal Of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(7), 10950-10960
- Ballesteros, Rocio Fernandez, Zamarron, Maria Dolores and Ruiz, Miguel Angel (2001) "*The Contribution of Socio-Demographic and Psychosocial Factors to Life Satisfaction*" Diakses 14 November 2019 dari *Ageing and Society* 21, 25 - 43
- Barus, Andreani Carolie dan Lu Marya (2013) "Pengaruh *Spread* Tingkat Suku Bunga dan Rasio Keuangan Terhadap Penyaluran Kredit UMKM pada Bank Umum di Indonesia" Diakses 10 November 2019 dari *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 3
- Crisp, Roger 2006 "*Hedonism Reconsidered*" Diakses 13 November 2019 dari *Journal Philosophy and Phenomenological research*, Vol. LXXIII, No. 3
- Depertemen Agama RI. "*Al- Qur'an dan Terjemahnya*", Surabaya: Surya Cipta Aksara
- Dhurup, Manilall (Prof) 2014 "*Impulsive Fashion Apparel Consumption: The Role of Hedonism, Fashion Involvement and Emotional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country*" Diakses 08 November 2019 dari *Mediterranean Journal of Social Sciences* Vol. 5 No. 8
- DR Prihastuty, S Rahayuningsih (2018) " Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude dan Faktor Demografi terhadap Perilaku Pada (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi)" dari jurnal.untag-sby.ac.id
- Evanschitzky Heiner, Emrich Oliver, Sangtani Vinita, 2014 "*Hedonic Shopping Motivations In Collectivistic And Individualistic Consumer Cultures*" Diakses 12 November 2019 dari *International Journal of Research in Marketing*
- Heathwood Chris (2006) "*Desire Satisfactionism and Hedonism*" Diakses 13 November 2019 dari *Journal Philosophical Studies* 128:539-536



- Huston j. Sandra (2010) *“Measuring Financial Literacy”* Diakses 10 November 2019 dari *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44 No. 2
- I Kusumaningtyas (2017) *“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup terhadap Perilaku Pada siswa kelas XI IPS di SMA negeri 1 Taman Sidoarjo”* dari jurnalmahasiswaa.unesa.ac.id
- Indriani, Lia. *“Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Jenis Kelamin terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa”*. Yogyakarta: Universitas Negeri, 2015 Diakses 17 Januari 2020
- Laszlo Sonia dan Sator Eric (2009) *“Migration, Social Networks, and Credit: Empirical Evidence From Peru”* Diakses 12 November 2019 dari *The Developing Economies* 47, No. 4
- Missmer A. Stacey, Hankinson E. Susan, Spiegelman Donna, Barbieri L. Robert, Marshall M. Lynn dan Hunter J. David (2004) *“Incidence of Laparoscopically Confirmed Endometriosis by Demographic, Anthropometric and Lifestyle Factors”* Diakses 01 November 2019 dari *American Journal of Epidemiology*
- Muhammad Shohib. 2015. *“Sikap Terhadap Uang dan Perilaku Berhutang”* Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, Vol. 03 No. 01. Pp. 133-140
- Muhammad. Dr *“Manajemen Bank Syari’ah”* Cetakan kedua, Maret 2011 Jl. Palagan Tentara Pelajar Km 7, Yogyakarta
- NS Herawati (2015) *“Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Pada Mahasiswa Bisnis di Surabaya”* dari eprints.perbanas.ac.id
- Patricia, Lydia Nesa, Handayani Sri *“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X”* Diakses 10 November 2019 dari *Jurnal Psikologi Esa Unggul*
- Poutziouris Panikkos *“Financial Management of Trade Credits in Small-Medium Sized Enterprises”* Diakses 15 November 2019 dari *Journal International Institute of Management*



- Rachmansyah, Yanuar 2016, " Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus," Diakses 07 Noveember 2019 dari Media Ekonomi dan Manajemen.
- Rahman, M., & Awaluddin, M. (2020). " Dasar-dasar Manajemen (Buku Bahan Ujian Komprehensif). Pusaka Almaida Gowa -Sulawesi Selatan-Indonesia
- Salami, O Samuel (2008) "*Demographic and Psychological Factor Predicting Organizational Commitment among Industrial Wokers*" Diakses 11 November 2019 dari *Anthropologist*, 10 (1) : 31-38
- Sugiono. 2008. Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatifm Kualitatif dan R&D. Cetakan Keduabelas. Bandung: CV Alfabeta
- Sylvana, A. Awaluddin, M., & Mutahajid, A. (2020). "Marketing Strategy Model Based On The Benefit Of Sharia Property Developers In Indonesia". Palarch's Journal Of Archaeology of Egypt / Egyptology, 17(7), 8123-8135.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992
- Veenhoven Ruut (2003) "*Hedonism and Happiness*" Diakses 05 November 2019 dari *journal of Happiness Studies*, Vol. 4 pp. 437-457
- Walstad B. William and Macdonald A. Richard (2010) "*The Effects of Financial Education on the Financial Knowledge of High School Students*" Diakses 11 November 2019 dari *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, No. 2
- Zimmerman, Barry J 2000 "*Self-Efficacy: An Essential Motive To Learn*" Diakses 05 November 2019 dari *Contempor ary Educational Psychologi* 25, 82-91.