

PENGARUH KEMUDAHAN NVP DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SANTRI WATI PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR PONOROGO

Arifia Sabila Hayati^{1*}, Mansur Azis^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan *Ngabar Virtual Payment* dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Ponorogo. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan santri Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar sebagai populasi sebanyak 1244 santri. Lalu diambil sampel dengan teknik *probability sampling* dan metode *simple random sampling* lalu dengan menggunakan teori slovin diambil sebanyak 100 responden dalam penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan hasil yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji t, Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* tidak ada pengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo, dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $0,502 < 1,985$. Pendapatan ada pengaruh positif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, dapat dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,772 > 1,985$. Sedangkan berdasarkan hasil uji F, Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* dan Pendapatan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh pada Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali songo Ngabar Ponorogo. Dilihat dari nilai uji F sebesar $18,091 > 3.09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kemudahan, Pendapatan, Perilaku Konsumtif

Corresponding Author at Program Studi Akuntansi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong Jl KH. Ahmad Dahlan, No. 1, Mariat Pantai, Aimas, Kabupaten Sorong.
E-mail address: arifiasabila97@gmail.com¹

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini bahwa pengguna transaksi non tunai akan berdampak sangat cepat pada tingkat konsumsi masyarakat. Sistem pembayaran non tunai merupakan salah satu contoh inovasi di industri keuangan yang lahir dari terobosan teknologi yang canggih saat ini (James, 2016). Karena kemajuan teknologi, pola hidup santri telah berubah dan mereka sekarang cenderung lebih konsumtif (Kotler & Kelle, 2012). Hadirnya uang elektronik saat ini dapat menjadi solusi akan kebutuhan alat pembayaran mikro seperti yang digunakan di Pondok Pesantren Wali Songo Ngablar Ponorogo yaitu Ngablar Virtual Payment, dengan harapan dapat melakukan pembayaran secara cepat dan dengan mudah dengan biaya yang relatif murah. Barang-barang tertentu yang dapat diperoleh dengan uang tunai murah dan tersedia (Marwini & Salam, 2020).

Menurut ponsel, *Ngablar Virtual Payment* (NVP) merupakan sistem pembayaran nontunai yang dapat diakses oleh semua kalangan. Selain mendorong Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), penerapan *Ngablar Virtual Payment* (NVP) memiliki beberapa manfaat (Muafiah et al., 2022). Fakta bahwa uang itu dalam bentuk elektronik dan hanya dapat ditransfer menggunakan kartu VA khusus masing-masing santriwati mengurangi risiko kehilangan uang yang biasanya terjadi di tempat umum, termasuk pondok pesantren dan lingkungan sekolah (perorangan), sehingga Santri tidak khawatir tentang uang mereka dicuri. Dengan menggunakan sumber daya yang ditawarkan oleh pesantren, orang tua santri dapat dengan mudah mengontrol pengeluaran mereka untuk setiap anak (santri) dengan menggunakan pendekatan ini. Orang tua santriwati juga dapat menghemat uang setiap bulan untuk masing-masing anak mereka dengan mengetahui biaya bulanan yang terkait dengan santriwati dan menghindari keterlambatan pembayaran administrasi sekolah berasrama. Pesantren akan secara otomatis dikurangi dari saldo *Ngablar Virtual Payment* (NVP) masing-masing siswa setiap kali biaya selain uang sekolah dibayarkan (Munzir, Fajar Nurfatimah, et al., 2021), (Munzir, Rini, et al., 2021) & (Baharun & Ardillah, 2019).

Salah satu cara untuk memuaskan keinginan manusia adalah melalui pembelian, dalam hal ini konsumen akan menggunakan pendapatan mereka untuk melakukannya. Selain itu, konsumen memenuhi tuntutan tersebut berdasarkan variabel pendukung, seperti kebiasaan atau gaya hidup mereka sendiri (Fitrianna, Nurman & Khoniah, Nia, 2022). Pendapatan adalah komponen ekonomi yang sangat penting, melalui penciptaan produk dan jasa, memberikan kontribusi untuk meningkatkan standar hidup banyak orang. Jenis tenaga kerja akan menentukan jumlah uang. Jumlah uang yang dapat diperoleh seseorang atau negara selama periode waktu tertentu adalah cara lain untuk mengukur pendapatan seseorang (Ariani, 2014). *Ngablar Virtual Payment* tentunya akan memudahkan pelanggan untuk memilih dan memperoleh barang yang sesuai dengan penghasilannya dengan sangat cepat saat bertransaksi secara online. Bahkan pembelian dapat dilakukan kapan pun mereka mau. Manusia secara alami memiliki aspirasi yang hampir tak terbatas dan bercita-cita untuk terlihat seperti apa pun yang populer saat ini (Munzir, Andriyan, & Hidayat, 2023) & (Bohari et al., 2021).

Jika hal ini sering dilakukan, maka perilaku konsumen akan berubah dari konsumtif. Perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak secara berlebihan, boros, dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang hilang atau bahkan tidak diperlukan. Hal ini dipengaruhi oleh aspek sosial dalam kehidupan seseorang (Rahardjo, 2009). Perilaku konsumtif yang dapat dikatakan sebagai pemborosan jika kita tidak dapat mengendalikan diri dan mendahulukan yang lebih penting dan sangat dibutuhkan merupakan

salah satu dampak negatif dari adanya aktivitas sehari-hari yang mempengaruhi pola pikir masyarakat yang dapat ditimbulkan dari kemudahan penggunaan internet dan juga faktor pendapatan yang dimiliki oleh setiap orang. Tentu saja, dorongan untuk memenuhi tuntutan pengeluaran yang tinggi harus diimbangi dengan memiliki uang yang cukup. Pelajar harus memutuskan apakah akan mengekang keinginan mereka untuk membeli atau meningkatkan kualitas pekerjaan mereka untuk mendapatkan lebih banyak uang sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi jika mereka memiliki permintaan konsumsi yang tinggi tetapi pendapatan tidak mencukupi.

LITERATUR REVIEW

Perilaku Konsumtif

Menurut Schiffman, perilaku konsumen adalah cara orang mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan membelanjakan uang untuk barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Sangadji & Sopiah, 2013). Ancok dalam Ningrum "perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk mengkonsumsi tanpa batas". Manusia memprioritaskan kebutuhan emosional mereka di atas keputusan intelektual mereka, atau mereka memprioritaskan keinginan mereka di atas kebutuhan mereka (Munzir et al., 2022) & (Kanserina, 2015). Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan di mana pembelian barang atau jasa dilakukan terus menerus tanpa mempertimbangkan kegunaannya dan lebih dimotivasi oleh keinginan kecil. Menurut John Maynard Keynes indikator perilaku konsumtif (Mowen & Minor, 2002) sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya yang menarik.
3. Membeli produk karena demi menjaga penampilan serta gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan dengan dasar manfaat sertakegunaan).
5. Mencoba dua atau lebih produk yang sejenis (merk yang berbeda).
6. Membeli produk hanya karena menjaga simbol status.
7. Membeli dan menggunakan sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang terjadi iklan produk

Kemudahan

Kemudahan Menurut Davis, sejauh mana seseorang berpikir memanfaatkan teknologi akan mudah adalah apa yang disebut Davis sebagai kenyamanan (Jogiyanto, 2007). Menurut Shun Wang Persepsi pengguna di masa depan tentang status bebas hambatan sistem dapat diukur dengan kesederhanaan penggunaannya. Menurut Wibowo, yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai metrik di mana seseorang merasa bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan, mendukung gambaran tersebut (Nasution, 2004). Menurut Davis terdapat empat indikator (Hidayat et al., 2006) yaitu:

1. Kemudahan mempelajari.
2. Kejelasan dan kemudahan memahami.
3. Mudah untuk menjadi terampil.
4. Kemudahan menggunakan.

Ngabar Virtual Payment (NVP)

Sistem pembayaran online bernama Ngabar *Virtual Payment* (NVP) dikembangkan bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI). Dalam bentuknya yang sekarang, NVP melayani tiga tujuan: pertama, pembayaran dana pendidikan; kedua, tabungan siswa atau uang saku; dan ketiga, transaksi nontunai. Setiap siswa akan diberikan nomor rekening virtual atau disebut juga

dengan *Virtual Account* (VA) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan dan melakukan pembayaran biaya pendidikan. Secara teori, VA identik seperti rekening bank individu, tetapi online dan tidak memiliki kehadiran fisik (Rini et al., 2022) & (Muafiah et al., 2022).

Pendapatan

John Maynard Keynes mendefinisikan pendapatan sebagai seluruh jumlah uang yang diterima oleh individu atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (Rahardja & Manurung, 2008). Tingkat konsumsi sangat dipengaruhi oleh pendapatan seseorang atau rumah tangga biasanya semakin tinggi pendapatan dan semakin tinggi tingkat konsumsi. Samuelson mengemukakan bahwa pendapatan adalah penghasilan seseorang atau kelompok yang diperoleh dari pemberian, yang meliputi tenaga dan pikiran yang dikeluarkan untuk mendapatkan imbalan. Pendapatan menggambarkan semua keuntungan moneter atau materi lainnya yang diperoleh dari pemanfaatan sumber daya atau layanan yang diperoleh oleh individu atau keluarga selama kegiatan ekonomi berlangsung (Samuelson & Nordhaus, 2010). Menurut John Maynard Keynes, indikator pendapatan (Bramastuti, 2009) antara lain:

1. Pendapatan yang diterima perbulan.
2. Anggaran biaya sekolah.
3. Beban keluarga yang ditanggung.

Hipotesis

1. H_1 : Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kemudahan terhadap Perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
2. H_2 : Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
3. H_3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan dan Pendapatan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling*. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi di penelitian ini ialah jumlah santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo berjumlah 1244 responden. sampel yaitu 100 responden berdasarkan penarikan rumus solvin (Difinubun & Isnani, 2021). Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda berbantuan SPSS 25.0 (Purnomo, 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis regresi berganda

Tabel 8 Hasil Signifikasi Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Error	Beta		
1	(Constant)	7.210	3.789		1.903	.060
	Kemudahan.NVP	.120	.240	.082	.502	.617
	Pendapatan	.980	.354	.450	2.772	.007

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa: Nilai t_{hitung} variabel kemudahan *Ngabar Virtual Payment* (X_1) sebesar 0,502 dengan tingkat signifikansi 0,617. Dengan mempertimbangkan $0,502 < 1,985$ dan $0,617 > 0,05$ maka jelas tidak ada pengaruh dan perilaku konsumtif (Y) santriwati Ponorogo yang bersekolah di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar tidak signifikan. Nilai t_{hitung} variabel pendapatan (X_2) sebesar 2,772 dengan tingkat signifikansi 0,007. Dapat disimpulkan bahwa terdapat ada pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo, karena $2,772 > 1,985$ dan $0,007 < 0,05$.

Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Tabel 9 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1562.871	2	781.436	18.091	.000 ^b
	Residual	4189.879	97	43.195		
	Total	5752.750	99			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Dilihat pada tabel di atas terdapat Nilai F_{hitung} 18,091 $> 3,09$ dan nilai signifikansi 0,000 $< 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan *Ngabar Virtual Payment* (X_1) dan pendapatan (X_2) secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santriwati (Y) di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.

Pembahasan

Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* terhadap Perilaku Konsumtif.

Penelitian ini menunjukkan hasil Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* tidak ada pengaruh dan tidak signifikan pada Perilaku Konsumtif (Y) santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo. Hal ini terbukti dengan nilai t_{hitung} 0,502 $< 1,985$ atau lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikansi 0,617. Selain itu pada persamaan regresi linear berganda didapatkan hasil 0,120 dengan arah positif. Sehingga jika variabel Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* meningkat maka Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo akan meningkat sebesar 12%. Terbilang sangat kecil dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif santriwati.

Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif.

Penelitian ini menunjukkan hasil Pendapatan ada pengaruh positif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif (Y) santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo. Hal ini terbukti dengan nilai t_{hitung} 2,772 $> 1,985$ atau lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi 0,007. Selain itu pada persamaan regresi linear berganda didapatkan hasil 0,980 dengan arah positif. Sehingga jika variabel Pendapatan meningkat maka Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo akan meningkat sebesar 98%. Terbilang sangat besar dalam mempengaruhi tingkat konsumsi santriwati.

Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini membuktikan Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* (X_1) dan pendapatan (X_2) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh pada Perilaku Konsumtif (Y) santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Ponorogo. Dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 18,091 $> 3,09$ dan nilai sig 0,000 $< 0,05$.

Serta dalam Uji Koefisien Determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 25,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini bahwa besaran pengaruh variabel bebas Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* (X_1) dan Pendapatan (X_2) pada variabel terikat Perilaku Konsumtif Santriwati adalah sebesar 25,7% dan 74,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Serta berdasarkan nilai *beta unstandardized coefficients* pada hasil tabel uji regresi, diperoleh nilai koefisien untuk Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* sebesar 0,120 atau 12% dengan arah positif. Sedangkan Kedisiplinan Pembayaran sebesar 0,980 atau 98% mempunyai pengaruh yang paling besar dibandingkan variabel Kemudahan *Ngabar Virtual Payment* pada Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Ponorogo.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Tidak Terdapat hubungan signifikan antara Kemudahan terhadap Perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
3. Terdapat pengaruh Positif dan signifikan antara Kemudahan dan Pendapatan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.

Saran

1. Diharapkan kepada Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo agar dapat mengawasi penggunaan *Ngabar Virtual Payment* sebab dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
2. Diharapkan kepada Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo agar dapat memanfaatkan *Ngabar Virtual Payment* sebab dapat memberikan Kemudahan dan keamanan pembayaran sehingga dapat menghindarkan santriwati dari kasus kehilangan uang pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia*, 1(1), 1–7.
- Baharun, H., & Ardillah, R. (2019). Virtual Account Santri: Ikhtiyar Pesantren Dalam Memberikan Layanan Prima Berorientasi Customer Satisfaction Di Pondok Pesantren. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.32678/ljei.V10i1.129>
- Bohari, N. F., Pratiwi, N., Novyanti, N., Awaliah, A., & Deril, D. (2021). Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 179–186. <https://doi.org/10.47435/Adz-Dzahab.V6i2.622>
- Bramastuti, N. (2009). Pengaruh Prestasi Sekolah Dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa Smk Bhakti Oetama Gondangrejo Karanganyar. In *Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Vol. 2).
- Definubun, Y., & Isnani, P. N. (2021). *Determinasi Sanksi Dan Kualitas Dalam*

- Peningkatan Kepatuhan Pajak Di Kpp Pratama Kota Sorong*. 2(2), 58–70.
<https://Unimuda.E-Journal.Id/Jurnalfairakuntansiunimuda/Article/View/3471/1250>
- Fitrianna, Nurman, & Khoniah, Nia. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Albarokah Mangunsuman Siman Ponorogo. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(6), 1–9.
<https://Jurnal.Syntaxliterate.Co.Id/Index.Php/Syntax-Literate/Article/View/7381/4659>
- Hidayat, A., Firmansyah, A., Aulia, F., & Dkk. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Working Paper Bank Indonesia*, 48.
- James. (2016). Perilaku Konsumen, Jilid 6. In *Jakarta: Binarupa Aksara*.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan / Jogiyanto Hm. In *Contemporary Sociology* (Vol. 6, Issue 2).
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 1–11.
- Kotler, & Kelle. (2012). Manajemen Pemasaran. *Edisi 12. Jakarta: Erlangga*, 192.
- Marwini, M., & Salam, A. N. (2020). Model Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Berbasis E-Money Sebagai Upaya Akselerasi Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Al-Arbah: Journal Of Islamic*
- Muafiah, E., Sofiana, N. E., & Khasanah, U. (2022). Pesantren Education In Indonesia: Efforts To Create Child-Friendly Pesantren. *Ulumuna*, 26(2), 447–471.
- Munzir, M., Rini, T. H. C., & Aziz, M. (2021). Implementasi CSR terhadap Citra Perusahaan. *Balance Vocation Accounting Journal*, 5(1), 1-11.
- Munzir, M., Fajar Nurfatimah, U., & Nisak, K. M. (2021). PENGARUH OPINION SHOPPING, DAN DEBT DEFAULT TERHADAP PENERIMAAN OPINI AUDIT GOING CONCERN. *FAIR UNIMUDA*, 1(1), 1–16.
- Munzir, M., Felda Pramita, D., & Way, A. (2022). Pengaruh Struktur Financial Indicators Terhadap Kondisi Financial Distress pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *FAIR UNIMUDA*, 2(1), 46–56.
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 3(2), 153-165.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. *Jakarta : Erlangga*, 90.
- Nasution, F. N. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect). *Usu Digital Library*, 1–10.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. In *Cv. Wade Group*.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). *Language*, 15(490p), 26cm.
- Rahardjo, M. D. (2009). Menuju Sistem Perekonomian Indonesia. *Unisia*, 32(72), 113–128. <https://doi.org/10.20885/Unisia.Vol32.Iss72.Art1>
- Rini, T. H. C., Khaerani, A., & Munzir, M. (2022). Pengaruh Partisipasi Anggaran dan Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja Manajerial BUMN di Kota Sorong. *FAIR UNIMUDA*, 2(1), 57-69.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). Economics. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Sangadji, E. Mamang, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. In *Andi*.