

**PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK
(E-MONEY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) DINIYYAH PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Perbankan Syariah (S.E)



Oleh:

NATULAINI HARAHAHAP
1216.20.2426

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
DINIYYAH PEKANBARU
TAHUN 2024 M/1446 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Natulaini Harahap
NIRM : 1216. 20. 2426
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money)
Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Diniyyah
Pekanbaru.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiridan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di institut agama islam diniyyah pekanbaru.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Pekanbaru, 05 Agustus 2024

NATULAINI HARAHAAP
NIRM : 1216. 20. 2426



INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
كلية الإقتصاد و التمويل الإسلامي
FACULTY OF ECONOMIC AND ISLAMIC BUSINESS

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | email Admin@diniyyah.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: 003/FEBI-DNY/X/2024

Tugas Akhir dengan Judul : PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELOKTRONIK
(E-MONEY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU

Yang dipersiapkan dan disusun
oleh :

Nama : NATULAINI HARAHAP

Nomor Induk Registrasi : 1216.20.2426

Mahasiswa

Telah diujikan pada : Rabu, 28 agustus 2024

Nilai ujian tugas akhir : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Refika, M.Pd.I
NIDN:2113038702

Sekretaris

Nurse Fatimah Mz, M.E
NIDN:2128099006

Penguji I

Hj. Nurhasanah, M.Sy
NIDN: 2121118701

Penguji II

Irwandi, M.E
NIDN : 2120109101

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru



Dr. Sy. Saifuddin Ridwan M.Sy
NIDN: 2112098402

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing Skripsi, dengan ini menerangkan:

Nama : Natulaini Harahap
NIRM : 1216. 20. 2426
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money)
Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Diniyyah
Pekanbaru.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

Pekanbaru, Agustus 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Irwandi, ME

NIDN. 2120109101

Nurse Fatimah, ME

NIDN. 2128099006

Ketua Jurusan
Program Studi Perbankan Syariah

Irwandi, ME

NIDN. 2120109101

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam kepada nabi besar Muhammad SAW.

Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan aku kuat hingga saat ini.

1. Ayahanda Ahmadi Hasan Harahap. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku kuliah, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, ibunda Hasnah. Beliau sangat berperan penting karena rela banting tulang untuk biaya pendidikan penulis. Beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku kuliah, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan, do'a dan juga kasih sayang hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana. Terima kasih amak.
3. Terima kasih untuk diri sendiri, Natulaini Harahap. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk tetap semangat menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan ekonomi juga keluarga, dan terima kasih karena tak memutuskan untuk menyerah, kamu hebat Natul.

4. Adik tersayang, Ardi Anto Harahap, Aris Darmansyah Harahap dan Husnul Khotimah Harahap, yang memberikan semangat, dukungan serta do'a untuk akak.
5. Adik ipar tersayang Wenra Salfia dan keponakan tersayang Beryl Hamizan Harahap yang memberikan semangat untuk onti.
6. Terima kasih keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil.

HALAMAN MOTTO

“Jika kamu meminta bantuan, mintalah kepada allah, jika kamu berkeinginan, berkeinginanlah kepada allah, dan jika kamu memutuskan sesuatu, bertawakallah kepada allah.”(HR. Ahmad)

“Tidak pernah ada kata terlambat untuk belajar dan berjuang
Ketekunan dan semangat adalah kunci untuk mencapai impian
Tidak peduli kapan kita memulainya”

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU

**NATULAINI HARAHAP
NIRM : 1216. 20. 2426**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. Dan untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan ketika menggunakan uang elektronik pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang berjumlah 115 orang. Dari jumlah tersebut, 54 mahasiswa dipilih sebagai sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat penggunaan uang elektronik (*e-money*) dan perilaku konsumtif responden dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 14,4%. Perilaku konsumtif yang ditemukan meliputi kurang mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas. Sedangkan 85,6% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar penelitian.

Kata Kunci: Uang Elektronik, *E-Money*, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE USE OF ELECTRONIC MONEY (E-MONEY) ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS OF THE FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS, DINIYYAH INSTITUTE OF ISLAMIC RELIGION, PEKANBARU

**NATULAINI HARAHAP
NIRM : 1216. 20. 2426**

This study aims to analyze the influence of the use of electronic money (e-money) on consumptive behavior among students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Institute of Islamic Religion (IAI) Diniyyah Pekanbaru. And to find out the consumptive behavior of students caused when using electronic money on students. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research population is 115 students from the 2020, 2021, 2022 and 2023 batches. Of these, 54 students were selected as samples using the purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires designed to measure the level of electronic money use (e-money) and consumptive behavior of respondents and analyzed using simple linear regression. The results of the study show that the use of electronic money (e-money) has a significant influence on students' consumptive behavior, with a contribution of 14.4%. The consumptive behaviors found included not considering function, consuming goods excessively, prioritizing desires over needs and no priority scale. Meanwhile, 85.6% of consumptive behavior was influenced by other variables outside the study.

Keywords: *Electronic Money, E-Money, Students, Consumptive Behavior*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru Program Studi S1 Perbankan Syariah dengan judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru”. Sholawat serta salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW keluarganya, dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan peran dari berbagai pihak, oleh karena itu penulisan mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Dr. Novi Yanti, MM, selaku rektor institut agama islam diniyyah pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan di kampus ini.
2. Bapak Dr. Mursal, M.Pd.I selaku wakil rektor I, Ibu Refika, M.Pd.I sebagai wakil rektor II dan Bapak Irwan Tutrisno ME, selaku wakil rektor III yang telah ikut memberikan dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
3. Bapak Dr. H. M. Sulaiman Ridwan, Lc. M.Sy selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam diniyyah pekanbaru.
4. Bapak Irwandi, ME selaku ketua prodi perbankan syariah institut agama islam diniyyah pekanbaru dan sekaligus pembimbing I (satu), yang telah

meluangkan waktu dan memberikan bimbingan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik

5. Ibu Nurse Fatimah Mz, M.E, selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang telah meluangkan waktu, membimbing dan memberi dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Terima kasih untuk Bapak/Ibu seluruh Dosen Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru yang telah sabar mendidik selama proses pembelajaran.
7. Terimakasih untuk Staf dan Karyawan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, yang memberikan pelayanan terbaik dalam hal administrasi dan hal lainnya.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2020 karena sudah menemani keseharian selama kuliah.
9. Terima kasih kepada teman-teman satu asrama, Akadna Santi Harahap, Mirdayani Piliang, Nurahdiat, Halimah Tussa'diah, Ainun Sakiyah, Elsa Wahyuni, Puja Manjita, Fira Fitria Rahayu, Rayhanul Jannah, Makhdalena, Risma Wati, Tetty Malinda, Asrina Sari Nasution, Deni Apriani Ritonga, Ela Ardiana, Rojita Siregar, Yosi Awinda Safitri, Nuraima, Uswatun Hasanah Hasibuan, Erma Erwana Nasution Dan Yunita Rahma.
10. Terima kasih aciokku Nur Aulia S.I.Kom, Nur Azima, Fatnilita Dan Ibu Rosita yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta do'a sehingga dapat menyusun skripsi ini dengan baik.

11. Terima kasih kepada Nenekku Misnur dan Atuk Tukiran yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta do'a sehingga dapat menyusun skripsi ini dengan baik.

12. Almameterku Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru

13. Terima kasih kepada Amil Zakat Nasional (BAZNAS) atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat melanjutkan Pendidikan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari segala kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis dan memberikan wawasan bagi pembaca, aamiin.

Pekanbaru, Agustus 2024

NATULAINI HARAHAAP
NIRM : 1216. 20. 2426

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
REKOMENDASI PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	8
C. Rumusan dan Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Uang elektronik.....	12
2. Konsumen	18
3. Model Perilaku Konsumen.....	19
4. Perilaku Konsumtif	120
B. Hipotesis.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	25
D. Penelitian Terdahulu	27

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu penelitian.....	30
C. Subjek dan Objek Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Defenisi konseptual dan operasional variabel.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Tempat Penelitian	42
1. Profil Singkat Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.....	41
2. Visi dan Misi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru	12
3. Tujuan Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru	44
B. Deskripsi Responden.....	45
1. Responden Berdasarkan Angkatan	45
2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
3. Responden Berdasarkan Uang Elektronik Yang Digunakan	46
C. Deskripsi Hasil Kuesioner.....	47
1. Variabel Penggunaan Uang Elektronik (<i>E-money</i>).....	46
2. Variabel Perilaku Konsumtif	49
D. Pengujian Persyaratan Analisis Dan Pengujian Hipotesis	52
1. Uji Instrumen Penelitian	51
2. Analisis Statistik Deskriptif	53
3. Uji Hipotesis	54
E. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Penelitian	31
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 3 Defenisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Angkatan	46
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan (E-Money) Yang Digunakan.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Penggunaan Uang Elektronik (E-Money)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Perilaku Konsumtif Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	52

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Nominal transaksi uang elektronik	4
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era Revolusi industri ditandai dengan kemajuan teknologi, yang berdampak pada berubahnya perilaku hidup manusia menjadi sangat bergantung pada penggunaan internet baik melalui *computer* atau *smartphone*. Kemudahan akses dan waktu yang singkat merupakan indikator yang digunakan dalam mempertimbangkan suatu produk.¹ Perkembangan teknologi yang sangat pesat mengubah pola berbagai sektor kehidupan. Industri jasa keuangan termasuk sektor yang ikut terbawa arus disrupsi teknologi. Seperti munculnya perusahaan-perusahaan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology* (fintech).²

Perkembangan *financial technology* (fintech) dalam sistem pembayaran merupakan bentuk dari kemajuan sektor keuangan. Sistem pembayaran tidak dapat dipisahkan dari perkembangan uang, uang mempunyai peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia, mulai dari pembayaran tunai sampai pembayaran elektronik yang bersifat non tunai. Uang merupakan alat pertukaran utama yang digunakan secara *universal* yang diakui sebagai media pertukaran dan diterima sebagai mata uang umum. Uang berperan sebagai *standart of value* atau *unit of account* yaitu uang berfungsi sebagai penentu nilai berbagai macam barang dan jasa yang diperjualbelikan dan menghitung

¹ Sri Kussujaniatun, *Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 1.

² Sri Kussujaniatun..., hlm. 1

besar kecilnya pinjaman (*medium of exchange*), secara *universal* uang diakui sebagai media pertukaran (*store of value*) yaitu uang berfungsi sebagai pengalih daya beli saat pendapatan diterima sampai saatnya dibelanjakan.³

Uang digunakan sebagai sistem pembayaran tunai, yang kemudian berkembang dari yang berbasis *commodity money* sampai *fiat money*, sedangkan sistem pembayaran non tunai berkembang dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro, dan sebagainya) sampai kepada yang berbasis elektronik (kartu dan *elektronic money*).⁴ *E-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi *e-money* melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital. *e-money* memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran.⁵

Uang elektronik (*e-money*) menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 memiliki arti sebagai instrumen pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang elektronik dalam suatu media atau *server*, nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran.⁶

³ Solikin dan Suseno, *Uang :Pengertian, Penciptaan, Dan Peranannya Dalam Perekonomian*, (Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan(PPSK)BI,2022), hlm. 2.

⁴ Firmansyah dan M Ikhsan Dachofalny, *Uang Elektronik Perspektif Islam*, (Lampung: Cv. Iqro, 2018), hlm. 1.

⁵ Firmansyah dan M Ikhsan Dachofalny..., hlm. 21

⁶ Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang uang elektronik

E-money dapat digunakan dalam berbagai jenis pembayaran (*multi purpose*) dan berbeda dengan kartu telepon (*single purpose*). *E-Money* dapat digunakan dalam semua kegiatan ekonomi sehingga hampir semua kegiatan ekonomi menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Mulai dari belanja token listrik, pulsa, pakaian, makanan bahkan membayar zakat, infak, dan sedekah yang awalnya konvensional bisa dilakukan dengan uang elektronik yaitu dengan layanan E-zakat yang disediakan oleh pengelola zakat.⁷

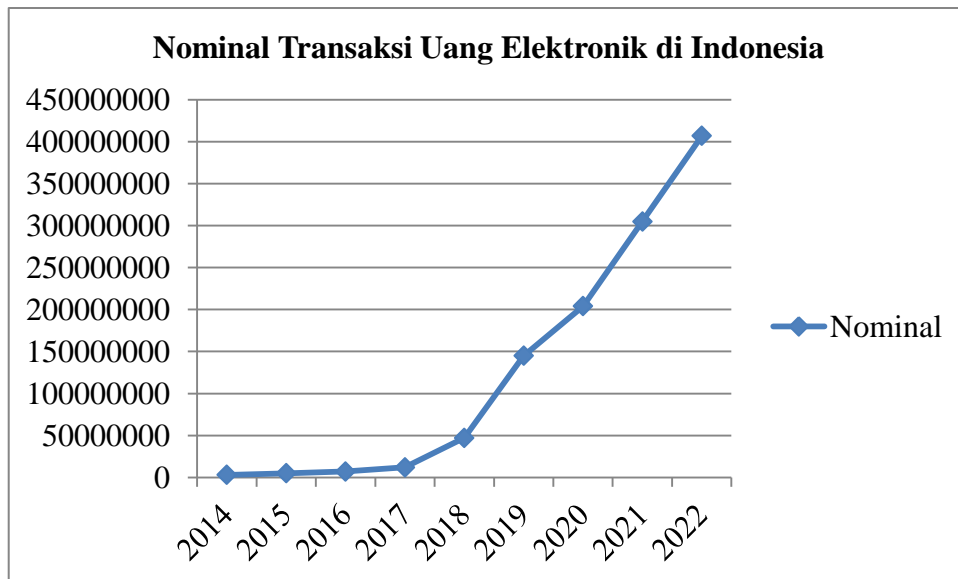
Kemajuan sektor kegiatan ekonomi yang awalnya secara konvensional berubah menjadi digitalisasi. dalam kegiatan jual beli barang dan jasa, penjual dan pembeli tidak harus bertemu disuatu tempat seperti pasar, namun hanya perlu menggunakan *smartphone* untuk belanja melalui sistem digital yang disebut *e-commerce* atau *online shopping*. Sistem pembayaran *e-commerce* disebut dengan *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money*.⁸

Hadirnya *e-money* membuat penggunaan uang kertas dan logam tergeser, membuat peredaran uang kertas atau logam mengalami penurunan. Sedangkan penggunaan uang elektronik menjadi semakin meningkat. Transaksi uang elektronik yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

⁷ Puguh Kharisma and Prabowo Yudo Jayanto, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infaq, Dan Sedekah', AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 16, No. 1 (2021), hlm. 48. Diakses pada tanggal 25 Januari 2024

⁸ Luh Gede Kusuma Dewi, dkk 'Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri', EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), Vol. 5, No. 1 (2021), hlm.2. Diakses pada tanggal 25 Januari 2024

Grafik 1. 1 Nominal transaksi uang elektronik



Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan pada transaksi uang elektronik (*e-money*) di Indonesia setiap tahunnya, penggunaan uang elektronik mulai naik trennya pada tahun 2018 yakni berjumlah Rp. 47.19 triliun transaksi dibandingkan pada tahun 2017 sebesar Rp. 12.38 triliun transaksi. Lalu pada tahun 2019 naik menjadi Rp. 145.16 triliun transaksi dan terus meningkat hingga tahun 2022.

Semakin berkembangnya penggunaan *e-money* di Indonesia, membuat sistem pembayaran nontunai tidak hanya dalam bentuk kartu tetapi sudah berbentuk aplikasi yang tersimpan di gawai atau smartphone. Penyelenggara *e-money* bukan hanya bank tetapi lembaga non bank seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan keuangan maupun perusahaan transportasi. Salah satu produk *fintech* yang biasa digunakan untuk bertransaksi yaitu aplikasi *e-money*. Aplikasi *e-money* adalah aplikasi non tunai untuk pembayaran, yang

mana konsumen menyetorkan uangnya terlebih dulu ke dalam aplikasi atau biasa disebut *top up*, yang kemudian dapat digunakan untuk pembayaran secara elektronik.

Munculnya *e-money* sebagai sistem pembayaran membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah mendapatkan kebutuhan atau barang yang diinginkan dengan lebih efisien dan efektif. Dengan banyaknya aplikasi *e-money* menyebabkan perubahan perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan transaksi digital. Aplikasi yang paling diminati oleh masyarakat selain aplikasi non bank dan dapat digunakan dengan smartphone seperti Ovo, Gopay, Dana, Link Aja, Doku, I-Saku, Shopeepay, dan Sakuku.⁹

Dengan adanya *e-money* mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan aspek negatif. Aspek positif dari perilaku konsumtif yaitu timbul rasa puas, rasa ini timbul karena konsumen bebas memilih barang sesuai keinginan. Sedangkan aspek negatifnya adalah mengubah gaya hidup menjadi konsumerisme dengan menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan dan harga diri.¹⁰ Aspek negatif ini menyebabkan terjadinya pemborosan disebabkan oleh kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money*. Selain itu, promosi dan diskon yang ditawarkan penyelenggara *e-money* dapat menjadikan penggunanya

⁹ Rofiqoh dalayah dan Finisica dwijayati, 'Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Universitas Negeri Surabaya', Jurnal pendidikan tata niaga(JPTN), Vol.8, No. 3 (2020). Diakses pada tanggal 28 Januari 2024.

¹⁰ Dwi rorin mauludin insana dan Ria susanti johan, 'Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas Indraprasta PGRI', Journal of applied business and economics (JABE), Vol. 7 No. 2 (2020), hlm. 211. Diakses pada tanggal 28 Januari 2024.

berperilaku konsumtif jika tidak dapat menahan diri dalam menggunakan uang elektronik.

Perilaku konsumtif tidak dapat dipisahkan dari konsumen. Konsumen dalam teori perilaku berperan sebagai: (a) *Initiator*, orang yang berinisiatif membeli barang tertentu, (b) *Influencer*, orang yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (c) *Decider*, yang memutuskan apa yang akan dibeli dan bagaimana membelinya, (d) *Buyer*, yang melakukan transaksi ketika membeli, (e) *User*, yang menggunakan produk dan jasa yang dibeli.¹¹ Sementara konsumtif adalah permasalahan yang terkait dengan perilaku konsumen dalam keseharian. Perilaku konsumtif merupakan perilaku berlebihan dalam melakukan pembelian suatu barang atau membeli tanpa direncanakan. Dampaknya adalah membelanjakan uang dengan tidak rasional atau sekedar membeli untuk memenuhi keinginan yang tidak penting. Dalam hal ini, konsumen akan selalu merasa harus memenuhi kepuasan dalam mengonsumsi barang dan jasa, sehingga konsumen akan mudah membeli barang atau peralatan yang baru dan *modern*, dorongan untuk membeli barang dan jasa diluar kebutuhan inilah yang membuat konsumen berperilaku konsumtif terutama di kalangan mahasiswa yang setiap harinya tidak lepas dari gawai.

Mahasiswa adalah kelompok masyarakat yang termasuk pengguna aktif *Smartphone* serta mengetahui dan juga menggunakan dompet digital yang merupakan aplikasi untuk menyimpan e-money. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengakses market place dan *e-money* dimanapun. Penggunaan *e-money*

¹¹ Edwin Zusroni, *Perilaku Konsumen di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik,) hlm. 29

mengubah perilaku keuangan menjadi perilaku konsumtif atau boros. Hal ini disebabkan pada saat bertransaksi online di e-commerce secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga membuat kecanduan untuk belanja ulang.¹²

Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru mengatakan bahwa alasan yang membuat mereka sering menggunakan *e-money* karena tidak harus membawa uang.¹³ Hanya dengan menggunakan *smartphone* sudah bisa bertransaksi dimanapun.¹⁴ Dan narasumber berpendapat bahwa *e-money* lebih mudah, cepat dan praktis karena tidak perlu menunggu uang kembalian dan membawa banyak uang tunai.¹⁵ Berdasarkan hasil observasi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru bahwa mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif dan membeli barang-barang yang tidak direncanakan ketika menggunakan *e-money*. Mahasiswa juga sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat menggunakan *e-money* karena terpengaruh oleh berbagai penawaran atau promosi di aplikasi *e-money*.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi rorin maulidin insana dan Ria susanti johan menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri mahasiswa.¹⁶ Nyatanya hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul afifah dan

¹² Luh Gede Kusuma Dewi, dkk 'Penggunaan E-Money Terhadap,...', hlm. 4

¹³ Makhdalena, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

¹⁴ Rayhanul jannah, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

¹⁵ Uswatun hasanah, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

¹⁶ Dwi Rorin Mauludin Insana dan Rita Susanti, *Analisis Pengaruh Uang,...*, hlm. 220

Deny yudiantoro yang menyatakan bahwa uang elektronik tidak berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Kosumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru”.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah penelitian yang ditemukan adalah:

1. Penggunaan *e-money* yang mudah membuat kalangan mahasiswa mulai beralih dari penggunaan uang tunai dan kurang peka dalam pengeluaran.
2. Terdapat perubahan pengeluaran konsumsi di kalangan mahasiswa yang meningkat sehingga terdapat perubahan perilaku mahasiswa yang cenderung menjadi konsumtif.
3. Adanya kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, karena kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money*.

C. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

- a. Apakah *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
- b. Apa saja perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan *e-money*?

¹⁷ Nikmatul Afifah and Deny Yudiantoro, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif', 'YUME : Journal of Management, vol. 5, No. 2 (2022), 365–375. Diakses pada tanggal 25 Juni 2024.

2. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian mengenai uang *e-money* dan kaitannya dengan perilaku konsumtif. Namun agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian, peneliti membatasi kaitannya mengenai penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru, yang mempunyai aplikasi *e-money* pada smartphome, dan sudah pernah melakukan transaksi *e-money*.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan oleh penggunaan *e-money*.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kedua manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai penambah wawasan bagi kajian ekonomi terutama dalam tema teknologi ekonomi
- b. Sebagai pelengkap kajian teoritis mengenai perilaku konsumtif dan kaitannya dengan menggunakan uang elektronik

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penyelenggara *e-money*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak penyelenggara *e-money* dalam memenuhi keinginan para pengguna, sehingga dapat terus meningkat kualitas dan fasilitas yang diberikan
- b. Bagi pengguna *e-money* khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah.
- c. Bagi pembaca dan peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk menambah referensi yang ingin melakukan penelitian mengenai *e-money* dan kaitannya dengan perilaku konsumtif pada penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal ini akan terbagi menjadi tiga bab, yang akan disajikan sesuai urutan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I, PENDAHULUAN, pendahuluan menguraikan argumentasi tentang pentingnya penelitian ini ditulis. Bab satu memaparkan latar belakang masalah

yang akan diteliti, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan sesuai dengan proposal ini.

BAB II, LANDASAN TEORI, terdiri dari landasan teori dan kerangka berpikir, dan telaah pustaka. Bab ini membahas tentang pengertian *e-money*, konsumen dan perilaku konsumtif mahasiswa.

BAB III, METODE PENELITIAN, bab ini berisi tentang perancangan yang terdiri dari tujuan peneliti, tempat dan waktu peneliti, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV, HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA, dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari profil Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, deskripsi data, uji hipotesis dan pembahasan.

BAB V, KESIMPULAN DAN SARAN, bagian penutup dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini menggambarkan hasil dari analisis yang disebut dengan simpulan kemudian juga berisi saran dan implikasi yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1) Uang elektronik (*e-money*)

a. Pengertian uang elektronik (*e-money*)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat membuat sistem pembayaran lebih praktis dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Salah satu bentuk sistem perkembangan sistem pembayaran di Indonesia yaitu *e-money*. Menurut Rachmadi sebagaimana yang dijelaskan oleh Dwi Rorin Mauludin dan Ria Susanti, uang elektronik pada hakikatnya merupakan uang tunai tanpa ada fisik (*cashless money*), yang nilai uangnya berasal dari nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbitnya, kemudian disimpan dalam suatu media elektronik berupa server (*hard drive*) atau kartu chip, yang berfungsi sebagai alat pembayaran non tunai kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik yang bersangkutan.¹⁸ Menurut Firmansyah dan M Ikhsan Dachofalny *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Transaksi uang elektronik melibatkan pengguna jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan digital.¹⁹

¹⁸ Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan, 'Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', Relasi: Jurnal Ekonomi, Vol. 17, No. 2 (2021), Diakses pada tanggal 29 Januari 2024

¹⁹ Firmansyah dan M Ikhsan Dachofalny, *Uang Elektronik Perspektif ...*, hlm. 21

Berdasarkan publikasi *Bank for International Settlements* uang elektronik didefinisikan sebagai *produk stored value* (nilai tersimpan) atau *prepaid* (prabayar), dimana catatan dana atau nilai yang tersedia disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen. Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
- 3) Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai uang elektronik juga merupakan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran atau transfer dana.²⁰

Berdasarkan pengertian tentang uang elektronik, dapat disimpulkan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran non tunai yang tersimpan dalam media elektronik server atau chip, yang nilai uangnya disetorkan terlebih dahulu kepada penyelenggara atau penerbit uang elektronik, kemudian dapat digunakan sebagai alat

²⁰ Peraturan Bank Indonesia, ..., hlm.3

pembayaran kepada pedagang yang telah bekerja sama dengan penerbit uang elektronik.

b. Jenis Dan Batas Uang Elektronik (*e-money*)

Uang elektronik sebagaimana dijelaskan oleh peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loop* dan *open loop*.

- 1) *closed loop*, yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 2) *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik.

Dalam hal ini, sebagaimana yang dimaksud dari pernyataan di atas, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna. Adapun Media penyimpanan nilai uang elektronik yang berupa:

- 1) *Server based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa *server* yang dimana nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit seperti T-Cash, Rekening Ponsel, Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay Dan Sebagainya.
- 2) *Chip based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa *chip* yang dimana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media

elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. Hal ini mendukung kemungkinan transaksi dilakukan secara *offline* dan uang elektronik berbasis kartu seperti halnya TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, dan sebagainya.²¹

c. Pihak-pihak Penyelenggara Uang Elektronik (*e-money*)

Penyelenggara uang elektronik dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 adalah sebagai berikut:

- 1) Pemegang kartu adalah pengguna yang sah dari uang elektronik.
- 2) Prinsipal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggung jawab atas pengelolaansistem atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit atau *acquirer*, dalam transaksi uang elektronik yang bekerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
- 3) Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik
- 4) *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses uang elektronik yang diterbitkan orang lain.
- 5) Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan uang elektronik.

²¹ Peraturan Bank Indonesia, ..., hlm.6-7

- 6) Penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer* dalam transaksi uang elektronik.
- 7) Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.²²

d. Indikator Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)

Dalam pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) menurut Davis terdapat dua faktor spesifik yang menjadi penentu dalam penggunaan teknologi yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (kemudahan).²³

Dalam hal ini *perceived ease of use* (kemudahan) menurut Davis sebagaimana dijelaskan oleh Indrawati dkk adalah sejauh mana keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau lebih mudah. Indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived ease of use* (kemudahan) ini adalah mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan dan

²² Peraturan Bank Indonesia, ..., hlm. 7

²³ Indrawati, dkk, *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017) hlm. 20

mudah digunakan.²⁴ Indikator penggunaan uang elektronik (*e-money*) menurut davis adalah sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari

Pemahaman uang elektronik (*e-money*) dapat diperoleh dari akses pribadi melalui *Smartphone* atau dari agen layanan keuangan digital.²⁵ Hal ini membuat uang elektronik (*e-money*) mudah dipelajari dan dapat digunakan sesuai kebutuhan.

2) Fleksibel

Fleksibel memiliki arti luwes, mudah dan cepat menyesuaikan diri.²⁶ Uang elektronik (*e-money*) dapat digunakan pada merchant yang sudah bekerjasama dengan penyelenggara uang elektronik atau bank. Penggunaannya berkaitan transportasi, *fast food*, *online shop*, tol dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya.

3) Dapat mengontrol pekerjaan

Uang elektronik (*e-money*) dapat membantu mempercepat pekerjaan penggunanya dan juga mempercepat transaksi yang dilakukan.

²⁴ Chitra Laksmi Rithmaya, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, 2016, Hlm. 164

²⁵ Dien Ilham Genady, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat*, 2018, hlm, 27

²⁶ KBBi Daring Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Diakses pada tanggal 22 April 2024.

4) Mudah digunakan

Uang elektronik (*e-money*) sangat mudah digunakan selama memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya hanya mengatur layanan sesuai yang diinginkan pada uang elektronik (*e-money*) berbasis server.²⁷

Pada penelitian ini peneliti menggunakan faktor *perceived ease of use* (kemudahan) yang dikemukakan Davis sebagaimana yang dijelaskan oleh Indrawati.²⁸ Hal ini sesuai dengan penelitian-penelitian terdahulu mengenai faktor kemudahan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*). Dengan demikian peneliti menggunakan indikator *perceived ease of use* (kemudahan) yakni, mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan dan mudah digunakan.²⁹

2) Konsumen

Konsumen menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), adalah pemakai barang hasil produksi seperti bahan pakaian, makanan dan sebagainya, seperti penerima jasa iklan, atau pemakai jasa seperti pelanggan dan sebagainya.³⁰ Menurut Philip Kotler sebagaimana dijelaskan oleh M. Anang Firmansyah konsumen merupakan semua individu rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa

²⁷ Dien Ilham Genady, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, ...* , hlm, 27

²⁸ Indrawati, dkk, *Perilaku Konsumen Individu, ...*, hlm. 20

²⁹ Indrawati, dkk, ..., hlm. 20

³⁰ KBBI Daring Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Diakses pada tanggal 22 April 2024.

untuk dikonsumsi pribadi dan dilakukan secara berulang yang dimana dapat berupa individu maupun kolektif.³¹ Berdasarkan beberapa pendapat diatas, definisi konsumen adalah setiap individu yang membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya secara berulang dengan cara menawar, mencari informasi, membandingkan, dan mengambil keputusan untuk membeli atau tidak barang atau jasa tersebut sesuai dengan sikap, loyalitas, motivasi dan gaya hidup yang dimilikinya.

3) Model Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses atau aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.³² Model perilaku konsumen menggambarkan bahwa proses keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi barang dan jasa terdiri dari beberapa tahap.

Model perilaku konsumen menurut Kotler dan Armstrong, sebagaimana dijelaskan oleh Edwin Zusrony bahwa keinginan konsumen datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi, dan promosi. Para pembeli dipengaruhi oleh rangsangan tersebut, kemudian dengan mempertimbangkan faktor lain seperti ekonomi, budaya dan teknologi maka masuklah segala informasi tersebut, setelah itu konsumen akan mengolah segala informasi tersebut berdasarkan psikologis dan

³¹ Anang Firmansyah, '*Perilaku Konsumen* (Cv Budi Utama, (2018). hlm. 104.

³² Eko Sudarmanto dkk, *Teori Ekonomi: Mikro Dan Makro*, 2021.

karakteristik konsumen lalu diambil keputusan produk akan dibeli atau jasa yang akan digunakan.³³

Dari pendapat yang sudah dijelaskan menjelaskan bahwa terdapat faktor teknologi dalam model perilaku konsumen. teknologi mempengaruhi masyarakat dalam hal selera, gaya hidup, dan pola konsumsi.

4) Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak yang menggunakan barang tersebut.³⁴

Sedangkan menurut Gracela Nathasha Luas, dkk, menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mengacu pada perilaku individu yang tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang tidak diinginkan tanpa memahami fungsi utamanya.³⁵

³³ Edwin Zusrony, '*Perilaku Konsumen*', (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik), hlm. 27.

³⁴ Dewi, Herawati, dan Adiputra. Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang di Mediasi Kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* (2021). hlm. 7

³⁵ Gracela Natasha Luas dkk, '*Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Effect Of Self-Concept On Student Consumptive Behlaviour*', *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13.1 (2023), 1–7. Diakses pada tanggal 28 April 2024

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dijelaskan , perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempertimbangkan barang yang dibeli berguna atau tidak, termasuk kebutuhan atau tidak, sehingga mengonsumsi berlebihan.

b. Jenis-jenis Perilaku konsumtif

Menurut sumartono terdapat 3 macam perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Impulsif buying (pembelian secara impulsif), yaitu seseorang berperilaku konsumtif semata-mata hanya didasari oleh keinginan atau hasrat tanpa pertimbangan , tanpa perencanaan, keputusan dilakukan ditempat pembelian.
- 2) Pembelian tidak rasional, yaitu pembelian didasari sifat emosional, yaitu suatu dorongan untuk mengikuti orang lain atau berbeda dengan orang lain tanpa pertimbangan dalam mengambil keputusan dan adanya perasaan bangga.
- 3) Wasteful buying(pemborosan), yaitu pembelian yang menggunakan keinginan daripada kebutuhan dan menyebabkan remaja mengeluarkan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan.³⁶

³⁶Sumartono, *Perilaku Konsumtif :Pengertian dan faktornya* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002) hlm. 25

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif secara operasional menurut Saptra dan Listyani dalam Dwi Rorin Maulidin dan Ria Susanti bisa dilihat dari beberapa indikator antara lain:

- 1) Barang atau jasa yang dibeli tidak dilihat dari manfaatnya tetapi hanya karena menginginkan hadiah yang ada
- 2) Barang dan jasa yang dibeli hanya karena dikemas secara unik dan beda dari produk lainnya serta menarik membuat seseorang berkeinginan untuk membeli produk tersebut
- 3) Barang dan jasa yang dibeli hanya untuk meningkatkan gengsi dan penampilan diri
- 4) Produk yang dibeli hanya karena dilihat lebih eksklusif dan mewah baik dari bentuk maupun harganya bukan karena nilai kegunaan manfaatnya.³⁷

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono sebagaimana dijelaskan oleh Agatha Honggo Winarta, dkk, adalah sebagai berikut:

- 1) Membeli produk karena iming-iming
- 2) Membeli produk karena kemasannya
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga
- 5) Membeli produk hanya karena menjaga simbol status

³⁷ Insana and Johan, .hlm. 214-217

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- 8) Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis.³⁸

Menurut Sembiring sebagaimana dijelaskan oleh Muhammad Bilal dan Arasy fahrullah menyatakan ciri-ciri perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang hanya mempertimbangkan prestise produk.
- 2) Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- 3) Mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan.
- 4) Tidak ada skala prioritas.³⁹

Dari indikator-indikator perilaku konsumtif yang dijelaskan diatas dapat diuraikan bahwa perilaku konsumtif seorang konsumen ketika adanya suatu teknologi membuat konsumen merasa kurang peka dengan pola konsumsi yang dilakukan seperti tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dan tidak adanya skala prioritas akibat adanya teknologi.

³⁸ Agatha Honggo Winarta, dkk, '*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*', *Journal of Accounting and Business Studies*, 4.2 Diakses pada tanggal 29 April 2024

³⁹ Muhammad Bilal Abdillah Rasyid and A'rasy Fahrullah, '*Pengaruh Penggunaan Debit Card Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif*', *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8.2 (2022), 111–22, Diakses pada tanggal 10 Juni 2024

5) Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Chandra Kurniawan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain karena pembeli ingin membeli barang yang tidak dimiliki orang lain, kemudian kebanggaan karena penampilan dirinya karena lebih percaya diri memiliki barang mewah dan terbaru, kemudian faktor ikut-ikutan, dan menarik perhatian orang lain.⁴⁰

Menurut Swasta dan Handoko dalam Setyawati sebagaimana yang dijelaskan oleh Eni Lestarina, dkk bahwa perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif. Antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan internal. Faktor internal sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif diantaranya: (1) Motivasi, (2) pengamatan dan proses belajar, (3) kepribadian dan konsep diri, (4) kepercayaan. Adapun faktor secara eksternal yaitu: (1) kebudayaan, (2) kelas sosial, (3) kelompok acuan, (4) keluarga.⁴¹

Berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, faktor perilaku konsumtif ada dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang keduanya penting dalam mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa.

⁴⁰ Chandra Kurniawan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa', *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13 No. 4 (2017). Diakses pada tanggal 29 April 2024

⁴¹ Eni Lestarina dkk, 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2.2 (2017), 1–6. Diakses pada tanggal 29 April 2024

B. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: tidak terdapat pengaruh penggunaan Uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

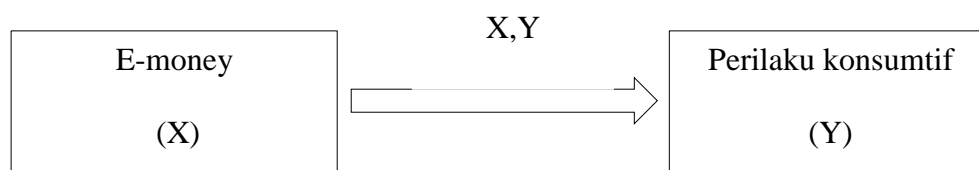
Ha: terdapat pengaruh penggunaan Uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

C. Kerangka Berfikir

Dari landasan teoritis yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan bahwa konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang atau jasa untuk dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya secara berulang. Keputusan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut dapat di gambarkan sebagai model perilaku konsumen.

Model perilaku konsumen menjelaskan bahwa terdapat pengaruh lain atau faktor lingkungan. Dalam hal ini, faktor lingkungan terdapat teknologi yang mempengaruhi perilaku konsumen. semakin maju teknologi maka kebutuhan dan keinginan konsumen terus meningkat.

Kemajuan teknologi juga mempengaruhi sistem pembayaran, sistem pembayaran yang banyak digunakan masyarakat terutama mahasiswa adalah uang elektronik (*e-money*), karena lebih praktis dan mudah sebagai alat transaksi. Dengan *e-money* melakukan segala jenis transaksi menjadi lebih mudah dan dapat menjadi penyebab seseorang menjadi konsumtif. Penelitian ini mengkaji hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel bebas (independent) adalah *E-Money*, sedangkan variabel terikat (dependent) yaitu perilaku konsumtif. Peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut:



D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 hasil penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aneke Nurdian Dwi Sari ,dkk (2020) ⁴²	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (<i>E-money</i>) terhadap Perilaku Konsumen.	Variabel X : Uang Elektronik (<i>e-money</i>) Variabel Y : perilaku konsumtif	hasil penelitian ini adalah uang elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen berdasarkan faktor agama.
2.	Ali Mujahidin ⁴³	Pengaruh Fintech <i>e-wallet</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial	Variabel X: Fintech <i>e-wallet</i> Variabel Y: Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian disimpulkan bahwa persepsi penggunaan OVO dan Gopay mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial
3.	Rida Nur Afiyah(2020). ⁴⁴	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif	Variabel X: Uang Elektronik Variabel Y: Perilaku Konsumtif	hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif.

⁴² Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk, '*Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumen*', Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, 2020. Diakses pada tanggal 27 April 2024

⁴³ Ali Mujahidin, '*Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial*', Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 8.2 (2020), 143 .. Diakses pada tanggal 27 April 2024

⁴⁴ Rida Nur Afiyah, '*Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*',(2020), 1–9. Diakses pada tanggal 27 April 2024

		Hidayatullah Jakarta)		
4.	Dien Ilham Genady (2018) ⁴⁵	Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)	Variabel X: (X1) Kemudahan (X2) Kemanfaatan (X3) Promosi Variabel Y:	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik
5.	Luh Gede Kusuma Dewi(2021) ⁴⁶	Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang di Mediasi Kontrol diri	Variabel X: <i>E-Money</i> Variabel Y: Perilaku Konsumtif	Hasil dari penelitian disimpulkan bahwa penggunaan <i>E-Money</i> berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.
6.	Dwi rorin maulidin insana dan Ria susanti johan	'Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas Indraprasta PGRI	Variabel X: Penggunaan uang elektronik Variabel Y: Perilaku konsumtif	Hasil penelitian disimpulkan penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri mahasiswa.
7.	Nikmatul afifah dan Deny	Pengaruh Gaya Hidup	Variabel X: X1: Gaya	Hasil penelitian disimpulkan

⁴⁵ Dien Ilham Genady, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, ...*, hlm. 27

⁴⁶ Dewi, Herawati, dan Adiputra. *Penggunaan E-Money Terhadap, ...*, hlm. 7

	yudiantoro	Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif	hidup X2: penggunaan uang elektronik Variabel Y: Perilaku konsumtif	pemakaian uang elektronik tidak berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif.
--	------------	--	---	---

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁴⁷ Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu metode pengumpulan data yang secara tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

B. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Untuk waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juli 2024.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk menjadapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian.⁴⁸ Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2022), hlm. 1.

⁴⁸ Sugiyono...hlm 130

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah objek atau kegiatan yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan dapat ditarik kesimpulan.⁴⁹ Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut sugiyono populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.⁵⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islamsyariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 (mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8). Adapun mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 (mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8) berjumlah 115 mahasiswa.

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Penelitian

No.	Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru	Jumlah Mahasiswa
1.	Prodi Perbankan Syariah	28
2.	Prodi Ekonomi Syariah	87
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru		115

⁴⁹ Sugiyono,....,hlm. 130

⁵⁰ Sugiyono,...., hlm. 130

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵¹ Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya, keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁵² Sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah mahasiswa. Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin yaitu:⁵³

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error),(1%)

N = 115

$$n = \frac{115}{1+115(0.10)^2}$$

$$n = \frac{115}{1+115(0.1)^2}$$

$$n = \frac{115}{1+1.15}$$

$$n = \frac{115}{2.15}$$

n= 53.49

⁵¹ Sugiyono,...., hlm. 131

⁵² Sugiyono,...., hlm. 131

⁵³ Sugiyono,...., hlm. 143

Jadi jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 53.49 orang responden, untuk mempermudah perhitungan penulis membulatkan sampel menjadi 54 mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁵⁴ Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan studi dokumentasi dalam pengumpulan data untuk pemecahan masalah yang diteliti dan menguji hipotesis yang dirumuskan.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau yang sudah ada.⁵⁵ Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner semi terbuka/campuran dimana berisipernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden dengan terdapat jawaban alternatif yang dapat dijawab/dipilih, namun juga disediakan jawaban terbukanya, melalui media internet, melalui *google form* dan diukur dengan menggunakan skala likert.

Dengan skala likert, maka variabel yang dijabarkan dari variabel yang akan dijabarkan dari variabel dimensi menjadi dimensi, dari dimensi menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai

⁵⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 100.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif,...*, hlm. 219

titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut tabel skala likert yang digunakan dalam Penelitian ini.⁵⁶

Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Variabel Penelitian

Pilihan jawaban	Skor jawaban
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan angket ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Menentukan variabel yang akan diteliti dan indikator penelitian.
- b. Membuat kisi-kisi berdasarkan indikator penelitian.
- c. Menyusun butir-butir pernyataan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan.
- d. Mengkonsultasikan item-item dengan pembimbing
- e. Menganalisis hasil uji coba untuk mengetahui apakah angket sudah valid dan reliabel
- f. Menganalisis data hasil uji coba angket untuk mengetahui validitas dan reliabilitas angket.

2. Studi dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai penguat data yang diperoleh peneliti dan digunakan sebagai bukti otentik bahwa peneliti memang

⁵⁶ Sugiyono, ..., hlm. 153

benar-benar melaksanakan penelitian. Melalui metode pengumpulan data ini, peneliti mencari data-data baik primer maupun sekunder melalui data-data dari naskah publikasi, jurnal, skripsi, tesis, buku yang relevan, data yang ada dalam *website* terutama Bank Indonesia dalam rangka pembuktian hipotesis yang telah diajukan.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data secara sengaja, terarah, sistematis dan terencana dengan cara melakukan pencatatan dan pengamatan langsung terhadap objek tertentu di lapangan.⁵⁷ Dalam hal ini peneliti melakukan observasi pengamatan untuk mengetahui suasana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

F. Defenisi konseptual dan operasional variabel

Variabel adalah apapun yang ada variasinya atau suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁸

1. Defenisi Konseptual Variabel

Defenisi konsep variabel merupakan pemaknaan dari sebuah konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

⁵⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017).

⁵⁸ Syofian Siregar, ..., hlm. 57

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan *e-money* yang disimbolkan dengan huruf X.

Uang elektronik pada hakikatnya merupakan uang tunai tanpa ada fisik (*cashless money*), yang nilai uangnya berasal dari nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbitnya, kemudian disimpan dalam suatu media elektronik berupa server (*hard drive*) atau kartu chip, yang berfungsi sebagai alat pembayaran non tunai kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik yang bersangkutan.⁵⁹uang elektronik *e-money* Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
- 3) Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai uang elektronik juga merupakan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu

⁵⁹ Insana and Johan, ..., hlm. 417

media *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran atau transfer dana.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif yang disimbolkan dengan huruf Y. Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tidak sesuai kebutuhan.

2. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 3. 3 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
<i>E-money</i> (X)	Uang elektronik pada hakikatnya merupakan uang tunai tanpa ada fisik (<i>cashless money</i>), yang nilai uangnya berasal dari nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbitnya, kemudian disimpan dalam suatu media elektronik berupa server (<i>hard drive</i>) atau kartu chip, yang berfungsi sebagai alat pembayaran non tunai kepada pedagang yang bukan penerbit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel 3. Dapat mengontrol pekerjaan 4. Mudah digunakan 	Likert

	uang elektronik yang bersangkutan. ⁶⁰		
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tidak sesuai kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang hanya mempertimbangan prestise produk. 2. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. 3. Mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan. 4. Tidak ada skala prioritas. 	Likert

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis data regresi sederhanna dengan bantuan SPSS versi 22. Fakta digali dengan menggunakan angket yang berisi sejumlah pertanyaan yang merefleksikan pengaruh *E-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Sebelum peneliti melakukan analisis data , terdapat beberapa hal yang dilakukan, yaitu:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan pada kuesioner untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur

⁶⁰ Insana and Johan,...,hlm. 417

pada kuesioner tersebut. Dalam hal ini, item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dan biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden.⁶¹ Adapun pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode analisis korelasi person dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung \geq dari r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid atau dengan kata lain soal dibuang atau tidak dilibatkan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas yang mana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.⁶² Adapun pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode *cornbach alpha* dengan batas 0,6 untuk menentukan apakah kuesioner reliabel atau tidak.

⁶¹ Duwi Priyatno, 'Panduan Praktis Olah Data Menggunakan Spss (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 64.

⁶²Duwi Priyatno, ..., hlm. 79

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean atau pengukuran tendensi sentral, perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata, dan standar deviasi, perhitungan presentase.⁶³

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Sebagaimana dituliskan sebelumnya, yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah diduga e-money berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Untuk menguji kevalidan regresi, dapat menggunakan uji T. Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) merumuskan hipotesis

Ho: tidak terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Ha: Terdapat pengaruh penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif,...*, hlm. 226

- 2) kriteria signifikansi
 - a) jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
 - b) jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- 3) membuat kesimpulan⁶⁴

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam bentuk persentase. Jika semakin kecil koefisien determinasi, maka semakin terbatas variabel independen menjelaskan variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

⁶⁴ Duwi Priyatno, ..., hlm. 163-164

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Tempat Penelitian

1. Profil Singkat Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Sekolah tinggi agama islam diniyyah pekanbaru didirikan pada tahun 2001 berdasarkan surat keputusan kopertais wilayah XII Riau Kepri Nomor: 07/K/XII/2004 dan surat keputusan DIKTIS. Dj.I/ Dt.I IV/HK.005/8/2007. Petama didirikan STAI Diniyyah Pekanbaru memiliki jurusan D-2 Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) dan D-2 Pendidikan Guru Taman Kanak-Kanak (PGTK). Kemudian STAI Diniyyah Pekanbaru naik menjadi Strata 1 berdasarkan Undang-undang Thun 2005 tentang Guru dan Dosen.⁶⁵

Sekolah Tinggi Agama Islam Diniyyah Pekanbaru beralamat di Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 100 Sukajadi Pekanbaru. Pemimpin pertamanya adalah Ibu Rina Rehayati M.Ag (Periode 2002-2005). Kemudian Bapak rs. H. Mukhtar Abd. Gani, MH (Periode 2005-2014). Periode selanjutnya 2014-2018 dilanjutkan oleh Bapak Dr. Mulyadi, M.A, yang dipilih melalui rapat senat STAI Diniyyah Pekanbaru.

Pada tahun 2015 masa kepemimpinan Bapak Dr. Mulyadi, M.A STAI Diniyyah Pekanbaru mengusulkan program studi Pengembangan Masyarakat Islam Dan Perbankan Syariah. Kedua jurusan itu sudah dapat

⁶⁵ <https://www.diniyyah.ac.id>

dibuka dan menyelenggarakan Tridarma Perguruan Tinggi berdasarkan surat keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Nomor: 5254 Tahun 2015.

Pada tahun 2017 STAI Diniyyah Pekanbaru mengajukan akreditasi. Hasil akreditasi untuk program studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) telah terakreditasi dengan nomor BAN-PT No. 324/SK/BANPT/AKRET/S/1/2018 yang berlaku mulai tanggal 16 Januari 2018 hingga 12 September 2022. Sementara program studi Perbankan Syariah (PS) Juga Telah Terakreditasi dengan nomor BAN-PT No. 4623/SK/BANPT/Akret/S/XII/2017 yang berlaku dari tanggal 5 Desember 2017 hingga 5 Desember 2022.

Pada tahun 2017 STAI Diniyyah Pekanbaru mengajukan tiga program Studi baru, yaitu Psikologi Islam, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Dan Ekonomi Syariah melalui BAN-PT. Pada tanggal 27 Maret 2017, berdasarkan Surat Laporan Evaluasi Diri (LED) STAI Diniyyah Pekanbaru dan keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor. 1802 Tahun 2017, program studi tersebut dinyatakan mendapatkan izin penyelenggaraan.

Tahun 2020 STAI Diniyyah Pekanbaru di bawah kepemimpinan Bapak Dr. Taufik Helmi, MA, mengajukan untuk membuka program magister Pendidikan Agama Islam pada STAI Diniyyah Pekanbaru, yang mana Pendidikan Agama Islam adalah program studi pertama pasca sarjana di STAI Diniyyah Pekanbaru.

Pada tanggal 26 Desember 2022, STAI Diniyyah Pekanbaru resmi berubah status menjadi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. SK peralihan status dilakukan oleh Kasubdit Kementerian Agama Republik Indonesia Pekanbaru, Dr. H. Thobib Al Asyhar, M.Si, di gedung Yayasan Diniyyah Pekanbaru dan diterima langsung oleh Dr. Hj. Hasnati, MH. Dan Dr. Novi Yanti, selaku Rektor IAI Diniyyah Pekanbaru terpilih. Seiring dengan perubahan tersebut, Pasca sarjana STAI Diniyyah Pekanbaru juga berganti nama menjadi Pascasarjana Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

2. Visi Dan Misi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Visi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru adalah menjadi Perguruan Tinggi Unggul Bereputasi di Asia Tenggara dan Berbasis Ilmu Keislaman yang Integratif dan Inovatif di tahun 2042.

Adapun misi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru yaitu:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengembangan ilmu keislaman berbasis sains teknologi yang unggul dan berdaya saing.
- 2) Mengembangkan kerjasama riset ilmu-ilmu keislaman, sains, teknologi tingkat lokal dan nasional.
- 3) Menghasilkan lulusan unggul berwawasan keislaman dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.
- 4) Melakukan pembinaan dan pengembangan profesionalitas dosen dalam lingkungan akademik yang berakhlak mulia.

- 5) Membangun lulusan yang mempunyai keahlian-keahlian untuk menjadi profesional dan entrepreneur di bidangnya.

3. Tujuan Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Untuk mewujudkan Visi dan misi tersebut, Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru menetapkan tujuan sebagai berikut:

- a. Menghasilkan lulusan unggul yang berakhlak mulia serta mampu mengintegrasikan ilmu keislaman dengan Sains dan Teknologi.
- b. Menyiapkan mahasiswa bermutu yang mampu bersaing secara lokal, regional dan nasional.
- c. Melaksanakan riset, praktek lapangan, program magang dan peningkatan profesionalisme lainnya baik berskala lokal maupun nasional.
- d. Melaksanakan pelatihan, workshop, temu ilmiah, guna menyiapkan tenaga dosen yang mampu mengintegrasikan ilmu keislaman dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- e. Melaksanakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat atau (tridharma) perguruan tinggi berbasis mutu.

B. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 (semester

2, 4, 6 dan 8) yang menggunakan uang elektronik dengan total 115 mahasiswa.

1. Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan/semester menunjukkan tingkatan seorang mahasiswa dalam menempuh pendidikan jenjang perkuliahan. Dilihat dari angkatan/semester, responden terdiri dari angkatan 2020, 2021, 2023 yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Frekuensi	Presentase
1	2020	18	33%
2	2021	7	13%
3	2022	6	11%
4	2023	23	43%
Jumlah		54	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah reponden dari angkatan 2020 sebanyak 18 orang (33%), angkatan 2021 sebanyak 7 orang (13%), angkatan 2022 sebanyak 6 orang (11%) dan pada tahun 2023 sebanyak 23 orang (43%) dengan jumlah keseluruhan sebanyak 54 mahasiswa dan populasi sebanyak 115 mahasiswa.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri atas laki-laki dan perempuan dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Angkatan	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	20	37%
2	Perempuan	34	63%
Jumlah		54	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 20 laki-laki (37%) dan perempuan sebanyak 34 orang (63%). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh mahasiswa perempuan sebanyak 34 orang (63%).

3. Responden Berdasarkan Uang Elektronik (*E-Money*) Yang Digunakan

Responden berdasarkan Uang Elektronik (*E-Money*) Yang Digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Uang Elektronik (*E-Money*) Yang Digunakan

No.	Angkatan	Frekuensi	Presentase
1	Dana	19	35%
2	Gopay	4	7%
3	Shopeepay	23	43%
4	Ovo	3	6%
5	Lainnya	5	9%
Jumlah		54	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang menggunakan Dana adalah 19 orang (35%), sedangkan yang menggunakan Gopay 4 orang (4%), pengguna shopeepay 23 orang (43%), pengguna Ovo sebanyak 3 orang (6%) dan pengguna lainnya sebanyak 5 orang (9%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa paling banyak menggunakan Shopeepay yaitu sebanyak 23 orang (43%).

C. Deskripsi Hasil Kuesioner

1. Variabel Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)

Variabel Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) dilihat dari beberapa indikator yang mempengaruhi penggunaan Uang Elektronik (*E-*

	saya tidak perlu menunggu uang kembalian	21	38.9	24	44.4	9	16.7	0	0.0	0	0.0	54	100
7	Pengisian <i>e-money</i> mudah dilakukan dimana saja	35	64.8	14	25.9	5	9.3	0	0.0	0	0.0	54	100
8	Sudah banyak outlet menerima transaksi dengan (<i>e-money</i>)	30	55.6	19	35.2	5	9.3	0	0.0	0	0.0	54	100
9	Saya menggunakan <i>e-money</i> karena dapat mempercepat transaksi	34	63.0	16	29.6	4	7.4	0	0.0	0	0.0	54	100
10	<i>E-money</i> membuat mudah menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan keinginan	26	48.1	22	40.7	6	11.1	0	0.0	0	0.0	54	100
11	Menggunakan <i>e-money</i> membuat waktu saya butuhkan untuk bertransaksi lebih singkat	36	66.7	13	24.1	4	7.4	1	1.9	0	0.0	54	100
12	Uang elektronik dapat mengontrol pekerjaan saya	29	53.7	16	29.6	9	16.7	0	0.0	0	0.0	54	100
13	Uang elektronik mudah dibawa kemana saja	25	46.3	26	48.1	3	5.6	0	0.0	0	0.0	54	100
14	Menggunakan <i>e-money</i> tidak membutuhkan banyak usaha	28	51.9	21	38.9	4	7.4	1	1.9	0	0.0	54	100
15	Mengoperasikan uang elektronik sangatlah mudah	28	51.9	21	38.9	5	9.3	0	0.0	0	0.0	54	100

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui hasil uji frekuensi data kuesioner jawaban responden tentang variabel Uang Elektronik (*E-Money*) yang menampilkan 15 pernyataan menunjukkan pernyataan yang paling dominan dijawab responden adalah item pernyataan nomor 11, yaitu: “Menggunakan *e-money* membuat waktu saya butuhkan untuk bertransaksi

lebih singkat” dengan jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 36 orang (66,7%), responden yang menjawab Setuju sebanyak 13 orang (24,1%), responden yang menjawab Netral sebanyak 4 orang (7,4%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 orang (1,9%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0,00%).

2. Variabel Perilaku Konsumtif

Variabel Perilaku Konsumtif dilihat dari beberapa indikator yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif seperti, tidak mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak ada skala prioritas. Setiap indikator memiliki empat pernyataan kecuali indikator mudah digunakan hanya tiga pernyataan, jadi total keseluruhan 15 pernyataan dengan lima alternatif jawaban dimana lima menjadi skor tertinggi untuk jawaban sangat setuju dan satu menjadi skor terendah untuk jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang terdiri dari 15 pernyataan dan lima alternatif jawaban dengan jumlah responden 54 mahasiswa maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya membeli produk yang disukai banyak	28	51.9	19	35.2	7	13.0	0	0.0	0	0.0	54	100

	orang												
2	Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan	33	61.1	16	29.6	3	5.6	2	3.7	0	0.0	54	100
3	Saya memiliki merek produk favorit yang harus saya beli kapan saja	29	53.7	17	31.5	1	1.9	7	13.0	0	0.0	54	100
4	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun harganya mahal	32	59.3	14	25.9	5	9.3	3	5.6	0	0.0	54	100
5	Saya membeli produk baru meskipun produk lama masih digunakan	33	61.1	16	29.6	4	7.4	1	1.9	0	0.0	54	100
6	Saya membeli bebrapa barang tanpa ragu saat saya menyukainya	29	53.7	20	37.0	4	7.4	1	1.9	0	0.0	54	100
7	Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount	36	66.7	11	20.4	5	9.3	2	3.7	0	0.0	54	100
8	Saya memiliki kepuasan tersendiri ketika membeli barang dengan jumlah banyak	34	63.0	13	24.1	6	11.1	1	1.9	0	0.0	54	100
9	Saya meleakukan pembelian karena keinginan sesaat	25	46.3	17	31.5	7	13.0	5	9.3	0	0.0	54	100
10	Saya membelanjakan uang lebih banyak untuk barang yang saya suka	31	57.4	16	29.6	6	11.1	1	1.9	0	0.0	54	100
11	Saya tetap membeli barang meskipun	27	50.0	17	31.5	4	7.4	6	11.1	0	0.0	54	100

	bukan yang saya butuhkan												
12	Saya suka membeli barang yang sebenarnya kurang bermanfaat	43	79.6	9	16.7	0	0.0	2	3.7	0	0.0	54	100
13	Saya suka membeli barang secara spontan	29	53.7	19	35.2	5	9.3	1	1.9	0	0.0	54	100
14	Saya suka membeli barang dibanyak toko sekaligus	34	63.0	17	31.5	1	1.9	2	3.7	0	0.0	54	100
15	Saya tidak merasa perlu menentukan prioritas dalam membeli barang	29	53.7	18	33.3	2	3.7	4	7.4	1	1.9	54	100

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui hasil uji frekuensi data kuesioner jawaban responden tentang variabel perilaku konsumtif yang menampilkan 15 pernyataan menunjukkan pernyataan yang paling dominan dijawab responden adalah item pernyataan nomor 7, yaitu: “Saya suka membeli barang yang sebenarnya kurang bermanfaat” dengan jumlah responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang (79,6%), responden yang menjawab Setuju sebanyak 9 orang (16,7%), responden yang menjawab Netral sebanyak 0 orang (0,0%), dan responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,7%).

D. Pengujian Persyaratan Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas pada instrumen dalam penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang

berjumlah 54 orang melalui kuesioner yang disebarakan dengan menggunakan SPSS 22. Untuk menentukan apakah kuesioner valid atau tidak valid adalah dengan membandingkan r hitung yang ditunjukkan oleh tabel nilai *Pearsonn Correlations* yang dihasilkan oleh SPSS 22 pada variabel X dan variabel Y dengan r tabel yang di dapat dari tabel r , yakni sebesar 0.2681 dengan $N = 54$ atau $df = (N-2) = 52$. Jika nilai yang dihasilkan positif dan r hitung $>$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka item dapat dinyatakan tidak valid atau dibuang dan tidak dilibatkan dalam penelitian selanjutnya. Hasil uji validitas instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	r tabel	R hitung	Keterangan
Penggunaan Uang Elektronik (E-money) (X)	Mudah dipelajari	1	0.268	0.491	Valid
		2	0.268	0.473	Valid
		3	0.268	0.549	Valid
		4	0.268	0.545	Valid
	Fleksibel	5	0.268	0.587	Valid
		6	0.268	0.587	Valid
		7	0.268	0.428	Valid
		8	0.268	0.526	Valid
	Dapat mengontrol pekerjaan	9	0.268	0.526	Valid
		10	0.268	0.532	Valid
		11	0.268	0.649	Valid
		12	0.268	0.512	Valid
	Mudah dimengerti	13	0.268	0.567	Valid
		14	0.268	0.638	Valid
		15	0.268	0.662	Valid
	Tidak	16	0.268	0.710	Valid

Perilaku Konsumtif (Y)	mempertimbangkan fungsi dan kegunaan	17	0.268	0.758	Valid
		18	0.268	0.775	Valid
		19	0.268	0.838	Valid
	Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan	20	0.268	0.790	Valid
		21	0.268	0.781	Valid
		22	0.268	0.736	Valid
		23	0.268	0.809	Valid
	Mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan.	24	0.268	0.755	Valid
		25	0.268	0.805	Valid
		26	0.268	0.819	Valid
		27	0.268	0.879	Valid
	Tidak ada skala prioritas.	28	0.268	0.840	Valid
		29	0.268	0.848	Valid
		30	0.268	0.696	Valid

Sumber: olah data SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa 30 instrumen yang diajukan dalam penelitian yakni 15 pernyataan variabel X dan 15 pernyataan untuk variabel Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 pernyataan yang dinyatakan valid berdasarkan metode *Cornbach Alpha* dengan batas 0,6 maka hasil uji reliabilitas pada instrumen penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Berdasarkan uji realibilitas dapat diketahuit bahwa dari 30 pernyataan dengan 15 pernyataan variabel X dan 15 pernyataan variabel Y telah dinyatakan valid, dan juga dinyatakan reliabel karena *Cornbach Alpha* yang dihasilkan variabel X dan variabel Y lebih besar dari 0.6.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berkaitan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menjabarkan, menggambarkan dan menguraikan data agar mudah dipahami dengan cara menentukan ukuran dari data nilai rata-rata, median, ukuran variabilitas data, tingkat penyimpangan, jarak dan ukuran bentuk data. Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 22.

Analisis statistik deskriptif variabel X dari 54 responden, diperoleh skor minimum sebesar 49, maksimum sebesar 75, skor rata-rata 66.37, dan standar deviasi sebesar 5,708. Dapat dilihat skor rata-rata lebih besar dari skor deviasi, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh data pada variabel penggunaan uang elektronik (*e-money*) mampu menggambarkan variabel yang baik.

Analisis statistik deskriptif dari variabel Y dapat diketahui bahwa dari 54 responden, diperoleh skor minimum sebesar 20, skor maksimum 75, skor rata-rata sebesar 58,04, dan standar deviasi sebesar 12,382. Dapat dilihat bahwa skor rata-rata lebih besar dari standar deviasi, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari seluruh rata-rata dari seluruh data pada variabel perilaku konsumtif mampu menggambarkan seluruh variabel dengan baik

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji hipotesis dilakukan dengan uji-t dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 22 dengan melihat output tabel *Coefficient* dan menggunakan tingkat signifikansi serta uji 2 sisi. Adapun hasil dan langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Ha : Terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2) Menentukan t hitung dan dan signifikansi melalui tabel hasil uji t diatas diperoleh t hitung sebesar 2,962 dan signifikansi 0,005.

3) Menentukan t tabel, yakni sebesar 2.00664 (signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dan $df = 54-2 = 52$)

4) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka Ho diterima

- Jika $-t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka Ho ditolak

5) Pengujian berdasarkan signifikansi

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima.

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak

6) Membuat kesimpulan

Berdasarkan data dan langkah diatas dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2,962 dengan t tabel sebesar 2,007 ($2,962 > 2,007$) dan signifikansi sebesar $< 0,05$ ($0,005 < 0,05$) maka dapat dikatakan H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel X terhadap variabel Y . Uji koefisien dterminasi ditentukan dengan menggunakan *software* SPSS 22 dan melihat *output* tabel *model summary*.

Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa R *Square* sebesar 0,144. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah sebesar 14,4% ($KD = 0,144 \times 100\%$). Sedangkan sisanya sebesar 85,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu Apakah *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan Apa saja perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan *e-money*, maka data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarakan melalui angket kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Berikut adalah pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti:

1. Pengaruh uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar sebesar 2,962 dengan t tabel sebesar 2.007 ($2,962 > 2.007$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,005 < 0,05$) maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rida Nur Afiah,⁶⁶ dari pengolahan data penelitiannya yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi, Dkk, yang menjelaskan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap

⁶⁶ Rida Nur Afiah, '*Pengaruh Penggunaan Uang* ,...,hlm. 87Rida Nur Afiah, '*Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*', 2017.1 (2020)

perilaku konsumtif.⁶⁷ Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk, yang dimana hasil penelitiannya adalah adanya pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen.⁶⁸

2. Perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 14,4%.. Sementara itu, sebesar 85,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti faktor kemanfaatan, promosi, sikap penggunaan, dan risiko. Beberapa perilaku konsumtif yang muncul dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) yaitu: tidak mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak ada skala prioritas.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan,⁶⁹ kemampuan bertransaksi dengan *smartphone*⁷⁰ serta kepraktisan dan kemudahan menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan uang elektronik (*e-money*).⁷¹ Penggunaan uang elektronik (*e-money*) mendorong perilaku konsumtif mahasiswa dalam beberapa

⁶⁷ Luh Gede Kusuma Dewi, dkk 'Penggunaan E-Money Terhadap,...', hlm. 4

⁶⁸ Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk, 'Pengaruh Penggunaan',..., hlm 1-3

⁶⁹ Makhdalena, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

⁷⁰ Rayhanul jannah, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

⁷¹ Uswatun hasanah, wawancara, Pekanbaru, 22 Januari 2024

aspek seperti mahasiswa cenderung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan fungsi atau kebutuhan barang tersebut yang dipicu oleh kemudahan akses transaksi dengan uang elektronik (*e-money*), menyebabkan mahasiswa sering melakukan pembelian berlebihan, lebih dari kebutuhan mereka. Kepraktisan uang elektronik (*e-money*) membuat mahasiswa lebih sering memenuhi keinginan daripada kebutuhan, karena tidak ada hambatan dalam proses transaksi. Penggunaan uang elektronik (*e-money*) yang praktis juga mengurangi pertimbangan mahasiswa dalam menentukan prioritas pengeluaran, yang berujung pada pengeluaran yang tidak terkontrol.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru secara signifikan. terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($2,962 > 2,007$). Untuk nilai signifikan penggunaan uang elektronik (*e-money*) lebih kecil dari perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
2. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh uang elektronik (*e-money*) sebesar 14,4%, sedangkan sisanya 85,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.
3. Adapun perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) adalah tidak mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak ada skala prioritas.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan mengenai “pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru”. Maka saran-saran yang dapat peneliti berikan guna menyempurnakan penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi pengguna uang elektronik (*e-money*) khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, supaya lebih meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik (*e-money*) dengan cara membeli barang yang sudah dipertimbangkan fungsi dan kegunaan, serta mengonsumsi barang atau jasa sesuai kebutuhan dan lebih mendahulukan kebutuhan dengan menggunakan skala prioritas.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, skripsi ini diharapkan dapat menambah literature perpustakaan dan sebagai referensi kepada peneliti lain.
3. Bagi peneliti lain, agar dapat menggunakan variabel independen (X) yang berbeda dan beragam. Serta memperluas responden dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Rida Nur. 2020. *“Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Tadris Ips UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Andriani, Beid Fitrianova. 2023. *“Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”*, Journal Of Research (JSR)
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, dkk. 2021. *“Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri”*, EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan).
- Dwi Rorin Mauludin Insana dan Rita Susanti. 2020. *“Analisis Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”*, Relasi: Jurnal Ekonomi.
- Firmansyah, M, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama.
- Firmansyah, dan M Ikhsan Dachofalny. 2018. *Uang Elektronik Perspektif Islam*. Lampung: Cv. Iqro
- Genadi, Dien Ilham. 2018. *“Pengaruh Kemudahan Kemanfaatan Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat”*.
- Indonesia, Bank. 2023. *“Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik”*.
- Kharisma, Puguh, dan Prabowo Yudo Jayanto. 2021. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat Dalam Membayar Zakat, Infak dan Sedekah”*. AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Kurniawan, Chandra. 2017. *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa”*. Jurnal Media Wahana Ekonomika.
- Kussujaniatun, Sri. 2020. *Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro*. Yogyakarta: Zahir
- Lestarina, Eni, dkk. 2017. *“Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja”*, JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia).

- Mujahidin, Ali. 2020. “*Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millenial*”, INOV BIZ: Jurnal Inovasi Dan Bisnis
- Natasha Luas, dkk. 2023. “*Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (The Effect Of Self-Concept On Student Consumptive Behaviour)*”, Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Priyatno, Duwi. 2014. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan Spss*. Yogyakarta: ANDI.
- Rofiqoh Dalayah dan Finisica Dwijayanti. 2020. “*Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi E-Money Universitas Negeri Surabaya*”, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).
- Sari, Dewi. 2020. “*Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumen*”, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah.
- Solikin Dan Suseno. 2002. *UANG (Pengertian, Penciptaan dan Peranannya Dalam Perekonomian)*. Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan.
- Sudarmanto, Eko, dkk. 2021. *Teori Ekonomi: Mikro dan Makro*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Winarta, Agatha Honggo, dkk. 2019. “*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*”, Journal Of Accounting and Business Studies.
- Zusrony Edwin. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Responden Yth,

Saya mahasiswa Perbankan Syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam diniyyah pekanbaru, memohon kesediaan saudara/I sebagai pengguna uang elektronik (*e-money*) dalam mengisi kuesioner penelitian ini dengan penilaian secara objektif. Data dari saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis semata. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi saudar/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk umum

1. Isilah identitas dengan lengkap.
2. Berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai untuk setiap pernyataan yang diberikann.
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Terima kasih atas kesediaan anda menjawab seluruh pertanyaan ini.

B. Identitas responden

Nama :

Jurusan/semester :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Pengguna *e-money* : Ya Tidak

E-money yang digunakan : Dana Shopeepay Ovo

Gopay Lainnya

1. Penggunaan Uang Elektronik (Variabel X)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Mudah dipelajari					
1.	Sistem kerja uang elektronik mudah saya mengerti					
2.	Fitur pada uang elektronik (<i>e-money</i>) sangat jelas					
3.	Pengoperasian uang elektronik (<i>e-money</i>) mudah di pahami					
4.	Uang elektronik (<i>e-money</i>) memiliki fasilitas yang saya butuhkan					
B.	Fleksibel					
5.	Dengan menggunakan uang elektronik (<i>e-money</i>) saya bisa bertransaksi kapan saja					
6.	Penggunaan uang elektronik (<i>e-money</i>) membuat saya tidak perlu menunggu atau menerima uang kembalian					
7.	Pengisian uang elektronik (<i>e-money</i>) mudah dilakukan dimana saja					
8.	Sudah banyak outlet yang menerima transaksi dengan uang elektronik (<i>e-money</i>)					
C.	Dapat Mengontrol Pekerjaan					
9.	Saya menggunakan uang elektronik karena dapat mempercepat transaksi pembayaran					
10.	Uang elektronik membuat saya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan keinginan					
11.	Menggunakan uang elektronik membuat waktu sya butuhkan untuk bertransaksi menjadi lebih singkat					
12.	Uang elektronik dapat mengontrol pekerjaan saya					
D.	Mudah digunakan					
13.	Uang elektronik mudah dibawa kemana saja					
14.	Menggunakan uang elektronik tidak membutuhkan banyak usaha					
15.	Mengoperasikan uang elektronik sangatlah mudah					

2. Perilaku Konsumtif (Varibel Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Tidak Mempertimbangkan Fungsi					
1.	Saya membeli produk yang disukai banyak orang					
2.	Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan					
3.	Saya memiliki merek produk favorit yang harus saya beli kapan saja					
4.	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun harganya mahal					
B.	Mengonsumsi Barang Atau Jasa Secara Berlebihan					
5.	Saya membeli produk baru meskipun produk lama masih digunakan					
6.	Saya membeli beberapa barang tanpa ragu saat saya menyukainya					
7.	Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount					
8.	Saya memiliki kepuasan tersendiri ketika membeli barang dengan jumlah banyak					
C.	Mendahulukan Keinginan Dibanding Kebutuhan					
9.	Saya melewatkan pembelian karena keinginan sesaat					
10.	Saya membelanjakan uang lebih banyak untuk barang yang saya suka					
11.	Saya tetap membeli barang meskipun bukan yang saya butuhkan					
12.	Saya suka membeli barang yang sebenarnya kurang bermanfaat					
D.	Tidak Ada Skala Prioritas					
13.	Saya suka membeli barang secara spontan					
14.	Saya suka membeli barang dibanyak toko sekaligus					
15.	Saya tidak merasa perlu menentukan prioritas dalam membeli barang					

Lampiran 2 Hasil Kuesioner penelitian

PENGUNAAN UANG ELEKTRONIK (<i>E-MONEY</i>)																
NO	Mudah dipelajari				Fleksibel				Dapat mengontrol pekerjaan				Mudah digunakan			X
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	71
2	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	69
3	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	64
4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	56
5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	65
6	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	3	3	3	61
7	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	69
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
9	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	63
10	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	68
11	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
12	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	57
13	3	3	3	3	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	62
14	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	68
15	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
16	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	68
17	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	70
18	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	65
19	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	62
20	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72
21	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	69
22	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	53
23	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	54
24	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	68
25	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	65
26	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	68
27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	73
28	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	72
29	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	67
30	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	68
31	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	69
32	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	70
33	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	68

34	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
35	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	71
36	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	72
37	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	4	5	66
38	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73
39	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	65
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
41	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	63
42	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	5	4	64
43	5	5	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	69
44	2	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	62
45	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	72
46	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	67
47	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	71
48	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	73
49	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	59
50	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	60
51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
52	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	63
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	72
54	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	61

Total Pearson _X Correlation	.491*	.473**	.549**	.545**	.587**	.587**	.428**	.526**	.526**	.532**	.649**	.512**	.567**	.638**	.662**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Penggunaan Uang Elektronik (E-Money)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	15

N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Y.1 Pearson	.524*														
2 Correlation		.584**	.590**	.724**	.625**	.631**	.545**	.652**	.633**	.754**	1	.867**	.849**	.670**	.879**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Y.1 Pearson	.487*														
3 Correlation		.513**	.529**	.690**	.587**	.579**	.442**	.700**	.649**	.732**	.867**	1	.880**	.652**	.840**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Y.1 Pearson	.566*														
4 Correlation		.556**	.558**	.662**	.538**	.562**	.446**	.671**	.667**	.712**	.849**	.880**	1	.774**	.848**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Y.1 Pearson	.465*														
5 Correlation		.527**	.358**	.496**	.327*	.284*	.383**	.542**	.555**	.620**	.670**	.652**	.774**	1	.696**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.016	.037	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Tot Pearson	.710*														
al_ Correlation		.758**	.775**	.838**	.790**	.781**	.736**	.809**	.755**	.805**	.879**	.840**	.848**	.696**	1
Y Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.956	15

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas

Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) (X)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
UANG_ELEKTRONIK	54	26	49	75	3584	66.37	5.708	32.577
Valid N (listwise)	54							

Perilaku Konsumtif (Y)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
PERILAKU_KONSUMTIF	54	55	20	75	3134	58.04	12.382	153.319
Valid N (listwise)	54							

Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.327	18.536		.179	.858
UANG_ELEKTRONIK	.824	.278	.380	2.962	.005

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 ^a	.144	.128	11.563

a. Predictors: (Constant), UANG_ELEKTRONIK

b. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

Lampiran 6 Surat-Surat



INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU

Terakreditasi BAN-PT Nomor : 634/SK/BAN-PT/AK-PNB/PT/IX/2023

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | Email : admin@diniyyah.ac.id

Pekanbaru, 08 Mei 2024

Nomor : 0306/IAI-DP/V/2024
Lamp : -
Hal : **Izin Pra Riset**

Kepada Yth;
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru**

di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat


Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir mahasiswa (**Skripsi**), maka dibutuhkannya data-data untuk bahan penulisan tugas akhir tersebut, untuk itu mahasiswa kami :

Nama : **Natulaini Harahap**
NIRM : **1216.20.2426**
Program Studi : **S1 Perbankan Syariah**
Semester : **VII (Tujuh)**
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru**

Bermaksud akan melakukan Pra Riset dan mengumpulkan data di daerah/lingkungan yang Bapak/Ibu pimpin dari tanggal 08 Mei 2024 s/d 08 Juni 2024, oleh sebab itu kami mohon izin dan bantuan bagi Mahasiswa kami untuk dapat melakukan Riset dan mengumpulkan data dalam menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa tersebut.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

IAI Diniyyah Pekanbaru
Rektor

Dr. Novi Yanti, MM
NIDN. 2124118301



INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH PEKANBARU

Terakreditasi BAN-PT Nomor : 634/SK/BAN-PT/AK-PNB/PT/IX/2023

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | Email : admin@diniyyah.ac.id

Pekanbaru, 08 Mei 2024

Nomor : 0306/IAI-DP/V/2024
Lamp : -
Hal : **Izin Pra Riset**

Kepada Yth;
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru**

di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat

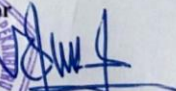
Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir mahasiswa (**Skripsi**), maka dibutuhkannya data-data untuk bahan penulisan tugas akhir tersebut, untuk itu mahasiswa kami :

Nama : **Natulaini Harahap**
NIRM : **1216.20.2426**
Program Studi : **S1 Perbankan Syariah**
Semester : **VII (Tujuh)**
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru**

Bermaksud akan melakukan Pra Riset dan mengumpulkan data di daerah/lingkungan yang Bapak/Ibu pimpin dari tanggal 08 Mei 2024 s/d 08 Juni 2024, oleh sebab itu kami mohon izin dan bantuan bagi Mahasiswa kami untuk dapat melakukan Riset dan mengumpulkan data dalam menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa tersebut.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

IAI Diniyyah Pekanbaru
Rektor

Dr. Novi Yanti, MM
NIDN. 2124118301



INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH PEKANBARU

Terakreditasi BAN-PT Nomor : 634/SK/BAN-PT/AK-PNB/PT/IX/2023

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | Email : admin@diniyyah.ac.id

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH PEKANBARU Nomor : 074/SK/IAI-DP/VII/2024

Tentang

REVISI PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH PEKANBARU

Rektor Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru setelah :

- Menimbang** : a. Bahwa dalam rangka adanya perubahan dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, maka perlu merevisi surat keputusan penunjukan dosen pembimbing skripsi.
b. Bahwa saudara - saudari yang tersebut namanya dalam Lampiran Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap untuk diangkat sebagai dosen pembimbing skripsi mahasiswa program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru .
- Mengingat** : a. Undang – Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
b. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
c. Peraturan Presiden Nomor 13 Tahun 2015 tentang Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.
d. Anggaran Dasar Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
Pertama : Menetapkan revisi dosen pembimbing skripsi Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
Kedua : Keputusan ini berlaku sejak tanggal diterbitkan surat keputusan ini.
Ketiga : Apabila Surat Keputusan ini dikemudian hari terdapat kekurangan dan kekeliruan maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

DITETAPKAN DI : PEKANBARU
PADA TANGGAL : 03 JULI 2024


REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM
DINIYYAH PEKANBARU

PEKANBARU, **NOVI YANTI, MM**
NIDN. 2124118301

Lampiran : 074/SK/IAI-DP/VII/2024 tentang Revisi Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
Tanggal : 03 Juli 2024

**REVISI PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU**

No	Nama Mahasiswa	Pembimbing I	Pembimbing II
1.	Natulaini Harahap	Irwandi, ME	Nurse Fatimah Mz, ME
2.	Nuraima	Popi Adiyes Putra, M.Si	Irwandi, ME
3.	Rojita Siregar	Dr. H. M. Sulaiman Ridwan, M.Sy	Irwandi, mE
4.	Siti Nurhalimah Hanum	Irwandi, ME	Popi Adiyes Putra, M.Si
5.	Suci	Irwandi, ME	Popi Adiyes Putra, M.Si
6.	Yosi Awinda Sapitri	Irwandi, Me	Hj. Nurhasanah, M.Sy

Pekanbaru, 03 Juli 2024
IAI Diniyyah Pekanbaru
Rektor,

Dr. Novi Yanti, MM
NIDN. 2124118301

Lampiran 7 Tabel r

Tabel r untuk df= 1-100					
DF=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0,025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724

74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 8 Tabel T

DF	Tabel Distribusi T Tabel				
	t tabel 0.1	t tabel 0.05	t tabel 0.01	t tabel 0.02	t tabel 0.001
1	6.314	12.706	63.657	31.821	636.6192
2	2.920	4.303	9.925	6.965	31.5991
3	2.353	3.182	5.841	4.541	12.9240
4	2.132	2.776	4.604	3.747	8.6103
5	2.015	2.571	4.032	3.365	6.8688
6	1.943	2.447	3.707	3.143	5.9588
7	1.895	2.365	3.499	2.998	5.4079
8	1.860	2.306	3.355	2.896	5.0413
9	1.833	2.262	3.250	2.821	4.7809
10	1.812	2.228	3.169	2.764	4.5869
11	1.796	2.201	3.106	2.718	4.4370
12	1.782	2.179	3.055	2.681	4.3178
13	1.771	2.160	3.012	2.650	4.2208
14	1.761	2.145	2.977	2.624	4.1405
15	1.753	2.131	2.947	2.602	4.0728
16	1.746	2.120	2.921	2.583	4.0150
17	1.740	2.110	2.898	2.567	3.9651
18	1.734	2.101	2.878	2.552	3.9216
19	1.729	2.093	2.861	2.539	3.8834
20	1.725	2.086	2.845	2.528	3.8495
21	1.721	2.080	2.831	2.518	3.8193
22	1.717	2.074	2.819	2.508	3.7921
23	1.714	2.069	2.807	2.500	3.7676
24	1.711	2.064	2.797	2.492	3.7454
25	1.708	2.060	2.787	2.485	3.7251
26	1.706	2.056	2.779	2.479	3.7066
27	1.703	2.052	2.771	2.473	3.6896
28	1.701	2.048	2.763	2.467	3.6739
29	1.699	2.045	2.756	2.462	3.6594
30	1.697	2.042	2.750	2.457	3.6460
31	1.696	2.040	2.744	2.453	3.6335
32	1.694	2.037	2.738	2.449	3.6218
33	1.692	2.035	2.733	2.445	3.6109
34	1.691	2.032	2.728	2.441	3.6007
35	1.690	2.030	2.724	2.438	3.5911
36	1.688	2.028	2.719	2.434	3.5821
37	1.687	2.026	2.715	2.431	3.5737
38	1.686	2.024	2.712	2.429	3.5657
39	1.685	2.023	2.708	2.426	3.5581
40	1.684	2.021	2.704	2.423	3.5510
41	1.683	2.020	2.701	2.421	3.5442

42	1.682	2.018	2.698	2.418	3.5377
43	1.681	2.017	2.695	2.416	3.5316
44	1.680	2.015	2.692	2.414	3.5258
45	1.679	2.014	2.690	2.412	3.5203
46	1.679	2.013	2.687	2.410	3.5150
47	1.678	2.012	2.685	2.408	3.5099
48	1.677	2.011	2.682	2.407	3.5051
49	1.677	2.010	2.680	2.405	3.5004
50	1.676	2.009	2.678	2.403	3.4960
51	1.675	2.008	2.676	2.402	3.4918
52	1.675	2.007	2.674	2.400	3.4877
53	1.674	2.006	2.672	2.399	3.4838
54	1.674	2.005	2.670	2.397	3.4800
55	1.673	2.004	2.668	2.396	3.4764
56	1.673	2.003	2.667	2.395	3.4729
57	1.672	2.002	2.665	2.394	3.4696
58	1.672	2.002	2.663	2.392	3.4663
59	1.671	2.001	2.662	2.391	3.4632
60	1.671	2.000	2.660	2.390	3.4602
61	1.670	2.000	2.659	2.389	3.4573
62	1.670	1.999	2.657	2.388	3.4545
63	1.669	1.998	2.656	2.387	3.4518
64	1.669	1.998	2.655	2.386	3.4491
65	1.669	1.997	2.654	2.385	3.4466
66	1.668	1.997	2.652	2.384	3.4441
67	1.668	1.996	2.651	2.383	3.4417
68	1.668	1.995	2.650	2.382	3.4394
69	1.667	1.995	2.649	2.382	3.4372
70	1.667	1.994	2.648	2.381	3.4350
71	1.667	1.994	2.647	2.380	3.4329
72	1.666	1.993	2.646	2.379	3.4308
73	1.666	1.993	2.645	2.379	3.4289
74	1.666	1.993	2.644	2.378	3.4269
75	1.665	1.992	2.643	2.377	3.4250
76	1.665	1.992	2.642	2.376	3.4232
77	1.665	1.991	2.641	2.376	3.4214
78	1.665	1.991	2.640	2.375	3.4197
79	1.664	1.990	2.640	2.374	3.4180
80	1.664	1.990	2.639	2.374	3.4163
81	1.664	1.990	2.638	2.373	3.4147
82	1.664	1.989	2.637	2.373	3.4132
83	1.663	1.989	2.636	2.372	3.4116
84	1.663	1.989	2.636	2.372	3.4102
85	1.663	1.988	2.635	2.371	3.4087

86	1.663	1.988	2.634	2.370	3.4073
87	1.663	1.988	2.634	2.370	3.4059
88	1.662	1.987	2.633	2.369	3.4045
89	1.662	1.987	2.632	2.369	3.4032
90	1.662	1.987	2.632	2.368	3.4019
91	1.662	1.986	2.631	2.368	3.4007
92	1.662	1.986	2.630	2.368	3.3994
93	1.661	1.986	2.630	2.367	3.3982
94	1.661	1.986	2.629	2.367	3.3971
95	1.661	1.985	2.629	2.366	3.3959
96	1.661	1.985	2.628	2.366	3.3948
97	1.661	1.985	2.627	2.365	3.3937
98	1.661	1.984	2.627	2.365	3.3926
99	1.660	1.984	2.626	2.365	3.3915
100	1.660	1.984	2.626	2.364	3.3905

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Natulaini Harahap, biasa dipanggil Natul, Lahir di Koto Ranah, 20 Mei 1998, tinggal di Koto Ranah RT 010/RW 005, Kec. Kabun, Kab. Rokan Hulu, Prov. Riau, dan merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Ahmadi Hasan Harahap dan Hasnah.

Riwayat pendidikan formal dimulai dari SDN 003 Kabun Dan lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Swasta Darussalam Saran Kabun dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan MA Swasta Babul Hasanah, dan menempuh jenjang perkuliahan di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun pengalaman organisasi yang pernah diikuti adalah menjadi anggota DEMA periode 2021 dan 2022, dan menjadi anggota HMJ pada periode 2022 dan 2023.