

**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEHI
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ELVIA DWIANTI
NIM. 190311036

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (PS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2023**



**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEHI
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ELVIA DWIANTI

NIM. 190311036

Pembimbing:

1. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A.
2. Heri Irawan, S.Pd.I, M.E.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (PS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvia Dwianti
NIM : 190311036
Program Studi : Perbankan Syariah (PS)


Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian Pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 12 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,


METERA
TRIPLE
63FALX058366285
ELVIA DWIANTI
NIM. 190311036

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Berjudul Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Oleh Elvia Dwianti Nomor Induk Mahasiswa 190311036 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam UIAD Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis tanggal 3 Agustus 2023 M bertepatan dengan 16 Muharram 1445 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Suriyati, M.Sos.I	Sekretaris	(.....)
Abd. Muhaemin Nabir, S.E.,M.Ak.Ak.	Penguji I	(.....)
Nurwahida, S.H.I.,M.E.	Penguji II	(.....)
Dr. Rahmatullah, M.A.	Pembimbing I	(.....)
Heri Irawan, S.Pd.I.,M.E.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,
Dekan FEHI UIAD Sinjai



Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak, Ak.
NBM. 1213397

ABSTRAK

Elvia Dwianti. *Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.* Skripsi. Sinjai: Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam yang termasuk pengguna *digital payment* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pengukuran *skala likert*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Hal itu dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 5,403 > t_{tabel} 1,98861$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam. Adapun hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) yang menunjukkan hasil sebesar 0,258 yang mengandung pengertian bahwa penggunaan *digital payment* mampu memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 25,8% dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa maka

diharapkan untuk dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan *digital payment* dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai dengan kebutuhan serta selalu menggunakan skala prioritas.

Kata Kunci: *Pengaruh, Digital Payment, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa FEHI*

ABSTRACT

Elvia Dwianti. *The Influence of Using Digital Payments on the Consumptive Behavior of FEHI Students at Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai.* Thesis. Sinjai: Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law, Ahmad Dahlan Sinjai Islamic University, 2023.

This research aims to find out whether there is an influence of the use of digital payments on the consumer behavior of FEHI students at Islamic University of Ahmad Dahlan, Sinjai. The type of research used is survey research using a quantitative approach. The sample in this study was 86 respondents from the Faculty of Economics and Islamic Law who were digital payment users with a sampling technique using purposive sampling with Likert scale measurements.

The results of this research show that there is an influence of the use of digital payments on the consumer behavior of FEHI students at Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai. This is proven by the tcount value of 5.403 which was greater than ttable 1.98861 and a significance value of $0.000 < 0.05$ which can be interpreted as meaning that the use of digital payments influences the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Law. The results of the coefficient of determination test (R Square) showed a result of 0.258, which means that the use of digital payments is able to influence consumer behavior by 25.8% and the remaining 74.2% is influenced by other factors outside of this research. This shows that with the influence of using digital payments on students' consumptive behavior, it is hoped that they can minimize consumptive behavior when using digital payments by considering function/use more when buying goods, consuming goods/services according to their needs and always using a priority scale.

Keywords: Influence, Digital Payment, Consumptive Behavior, FEHI Students

مستخلص البحث

إلفيا دويانتي. تأثير استخدام المدفوعات الرقمية على السلوك الاستهلاكي لطلبة كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية في جامعة أحمد دهلان الإسلامية سنجانتي. البحث. سنجانتي: قسم المصرفية الشرعية، كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية، جامعة أحمد دهلان الإسلامية سنجانتي، ٢٠٢٣.

يهدف هذا البحث إلى معرفة ما إذا كان هناك تأثير لاستخدام المدفوعات الرقمية على سلوك المستهلك لدى طلاب كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية في جامعة أحمد دهلان الإسلامية سنجانتي. نوع البحث المستخدم هو البحث المسحي باستخدام المنهج الكمي. وكانت العينة في هذه الدراسة ستة وثمانون فرداً من كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية، بما في ذلك مستخدمي الدفع الرقمي، مع استخدام تقنية أخذ العينات باستخدام أخذ العينات المصادفة مع قياسات مقياس ليكرت.

تظهر نتائج هذا البحث أن هناك تأثير لاستخدام المدفوعات الرقمية على السلوك الاستهلاكي لدى طلاب كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية في جامعة أحمد دهلان الإسلامية سنجانتي. وقد تم إثبات ذلك من خلال قيمة عدت البالغة ٥.٤٠٣ < جدول ت ١.٩٨٨٦١ وقيمة الدلالة البالغة ٠.٠٠٠ > والتي يمكن تفسيرها على أنها تعني أن استخدام المدفوعات الرقمية يؤثر على السلوك الاستهلاكي للطلاب في كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية. وأظهرت نتائج اختبار معامل التحديد (*R Square*) نتيجة ٠.٢٥٨، مما يعني أن استخدام المدفوعات الرقمية قادر على التأثير على سلوك المستهلك بنسبة ٢٥.٨% والباقي ٧٤.٢% يتأثر بعوامل أخرى خارج هذا البحث. يوضح هذا أنه مع تأثير استخدام المدفوعات الرقمية على السلوك الاستهلاكي للطلاب، من المأمول أن يتمكنوا من تقليل السلوك الاستهلاكي عند استخدام المدفوعات الرقمية من خلال النظر في الوظيفة/الاستخدام بشكل أكبر عند شراء السلع واستهلاك السلع/الخدمات وفقاً لاحتياجاتهم والاستخدام الدائم مقياس الأولوية.

الكلمات الأساسية: التأثير، الدفع الرقمي، السلوك الاستهلاكي، طلاب كلية الاقتصاد والشريعة الإسلامية

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

سَيِّدِنَا مُحَمَّدًا وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَخْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Abd. Rahman dan Ibu Kursiah yang telah mendidik, membesarkan, dan mendukung studi penulis;
2. Dr. Firdaus, M.Ag, Selaku Rektor UIAD Sinjai;
3. Dr. Ismail, M.Pd, Selaku Wakil Rektor I UIAD Sinjai;
4. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A, Selaku Wakil Rektor II UIAD Sinjai;
5. Dr. Muh. Anis, M. Hum, selaku Wakil Rektor III UIAD Sinjai;

6. Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, selaku Pimpinan pada Tingkat Fakultas
7. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A. Selaku Pembimbing I dan Heri Irawan, S.Pd.I, M.E. Selaku Pembimbing II;
8. Nurwahida, S.H.I., M.E. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah;
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di UIAD Sinjai;
10. Seluruh pegawai dan jajarannya UIAD Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik;
11. Kepala dan Staff Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
12. Teman-teman prodi Perbankan Syariah Angkatan tahun 2019 dan Mahasiswa prodi lain yang ada di UIAD Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt.,

dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 12 Juli 2023

ELVIA DWIANTI
NIM. 190311036

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PEMBATAS	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	viii
المستخلص	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10

A. Kajian Pustaka.....	10
B. Hasil Penelitian Relevan	31
C. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. Definisi Variabel	37
C. Tempat dan Waktu Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel	39
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Instrumen Penelitian	44
G. Validasi Instrumen	45
H. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	67
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Hasil Angket Variabel X.....	68
Tabel 4.2 Hasil angket variabel Y.....	75
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas variabel X.....	83
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas variabel Y.....	84
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	86
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	87
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas.....	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien.....	92
Tabel 4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	94
Tabel 4.12 Uji Koefisien Korelasi (R).....	95
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.....	56
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Deskripsi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil SPSS
- Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 9 SK Pembimbing
- Lampiran 10 Biodata Penulis
- Lampiran 11 Keterangan Plagiasi (Returnitin)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi di era globalisasi telah memengaruhi perkembangan kehidupan masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, juga pendidikan dan memudahkan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya, salah satunya adalah kemudahan dalam bertransaksi. Berkembangnya zaman dari masa ke masa membuat cara bertransaksi juga semakin mudah, serta cara bertransaksi juga berubah pada masa sekarang ini.

Kaum Millennial merupakan generasi yang sangat pandai dalam memahami kecanggihan teknologi yang sangat berkembang pesat masa kini. Terlebih lagi pada pemakaian sosial media, pembelian dengan metode online, investasi online dan lain-lain. Penjualan dan pemasaran menggunakan metode offline sedikit banyaknya sudah mulai berkembang jadi pemasaran serta penjualan berbasis online. Untuk buktinya, sekarang ini banyak bermunculan aplikasi-aplikasi market place contohnya seperti

Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli dan sebagainya (Riska, 2022).

Saat ini fenomena penggunaan sistem pembayaran *digital* semakin banyak diminati. Sistem pembayan *digital* atau biasa disebut *digital payment* merupakan pembayaran dengan sistem pembayaran menggunakan media elektronik, seperti internet *banking*, *mobile banking*, dompet elektronik, dan lain sebagainya. Dengan adanya *digital payment*, masyarakat akan lebih mudah dalam melakukan proses pembayaran (Wati, 2020).

Digital payment menurut Gaol adalah sistem pembayaran yang khusus telah dikembangkan untuk menangani pembayaran barang-barang secara elektronik melalui internet. Sistem pembayaran *digital* atau biasa disebut *digital payment* atau *mobile payment* merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu (Riska, 2022).

Digital payment sekarang bisa digunakan mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga

seperti listrik, air, telepon, dan sebagainya. Supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Bahkan di kalangan Mahasiswa sendiri sudah banyak yang menggunakan *digital payment* demi memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif (Afiyah, 2020).

Ada beberapa penelitian yang telah dianalisis dari berbagai sumber, tapi masih jarang yang membahas mengenai pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. Sebuah penelitian skripsi yang pernah dilakukan oleh Riska dengan judul yang serupa, dan beliau memfokuskan pada penggunaan 4 aplikasi *digital payment*. Dan kali ini penulis memilih untuk memfokuskan pada penggunaan 3 aplikasi *digital payment* saja. Dan juga telah banyak penelitian sebelumnya yang membahas mengenai perilaku konsumtif, tetapi masih jarang yang mengaitkannya dengan penggunaan *digital payment*.

Menurut Ancok menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan (Indah Wardani & Ritia Anggadita, 2021)

Perilaku konsumtif yang nantinya akan membuat pengeluaran yang tidak diinginkan menjadi tidak terkendali. Mahasiswa harus bisa mengelola uang sakunya dengan baik karena bisa saja kebutuhannya tidak terpenuhi karena keinginan mereka untuk membeli sesuatu yang seharusnya tidak perlu semakin menjadi-jadi (Viani Naufalia, 2022). Menurut Sembiring dalam Suryo Adi Prakorso menyatakan ciri-ciri atau indikator dari perilaku konsumtif yaitu:

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang
- b. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- c. Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.
- d. Tidak ada skala prioritas (Afiyah, 2020).

Manusia diberikan kebebasan dari Allah untuk mengonsumsi apa yang dia inginkan, namun harus tetap

terikat dengan perintah Allah Swt. Ditemukan sejumlah ayat Al-Qur'an sebagai penjelas tentang konsumsi, Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-A'raf/7: 31

يٰۤاٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahan:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah Swt memerintahkan umat-Nya untuk tidak berperilaku boros atau berlebih-lebihan dalam melakukan sesuatu karena Allah sangat tidak menyukai orang yang seperti itu (Safitri, 2022).

Perkembangan internet sekarang ini tentunya memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi *online*. Seperti dalam membeli barang, layanan pesan antar makanan dan juga transportasi *online*. Terlebih lagi setiap aplikasi *digital payment* memberikan penawaran promo dan *cashback* besar-besaran sehingga banyak yang tertarik untuk memakainya.

Kota Sinjai adalah kota yang sudah memiliki akses internet yang cukup lancar, serta inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan berkembang disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran digital ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertransaksi. Apabila jika berada dalam lingkungan sosial dan teman-teman yang juga memiliki gaya konsumtif, mahasiswa seringkali ikut-ikutan dalam membeli hal-hal yang mereka inginkan. Seperti halnya membeli baju yang sedang trend saat ini, membeli baju tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan mempertahankan kelas sosial serta untuk pamer di media sosial untuk mendapatkan kebahagiaan semu. Hal tersebut biasanya terus dilakukan berulang kali sehingga membuat pengeluaran menjadi tidak terkendali.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti di kampus UIAD Sinjai tepatnya pada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, terdapat beberapa mahasiswa yang menggunakan aplikasi *digital payment* yang mereka gunakan dalam melakukan transaksi online. Dikarenakan dengan aplikasi tersebut dapat lebih

memudahkan mereka dalam proses pembayaran secara *online* atau nontunai. Dengan kemudahan aplikasi pembayaran tersebut tampaknya akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *digital payment*. Mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam UIAD Sinjai tidak perlu lagi repot-repot melakukan pembayaran secara tunai karena mereka bisa lebih mudah melakukan pembayaran melalui aplikasi *digital payment* lewat HP (*handphone*) mereka.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UIAD Sinjai sebagai objek penelitian ini, tentunya telah mendapatkan banyak pengetahuan dan pemahaman tentang teori-teori konsumsi baik secara islami maupun konvensional dari mata kuliah yang ditempuh seperti Sosiologi Ekonomi, Fiqh, Etika Bisnis Islam, dan mata kuliah pendukung lainnya. Sehingga mereka seharusnya memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan dan lebih bisa dalam mengimplementasikan pendidikan yang telah diperoleh selama kuliah. Perihal konsumsi sendiri, Rasulullah SAW selalu berhati-hati dan membatasi diri agar apa yang beliau konsumsi sesuai dengan kebutuhan

serta tidak berlebih-lebihan, sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah terdapat pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam suatu pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keilmuan manajemen maupun perbankan, khususnya tentang penggunaan *digital payment* (pembayaran digital) yang merupakan perkembangan pemasaran sistem pembayaran saat ini terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat tersusunnya skripsi ini antara lain:

- a. Untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi pada Program Studi Perbankan Syariah
- b. Untuk memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
- c. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang relevan.
- d. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan konfirmasi dan kontribusi bagi yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. *Digital Payment*

a. Pengertian *Digital Payment*

Pembayaran secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan sejumlah uang dari si pembayar ke penerima. Pembayaran *digital* atau *digital payment* adalah pembayaran yang berbasis teknologi dimana di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi *digital* dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit sedangkan pembayaran *digital* dilakukan menggunakan *software* tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran *digital* antara lain: Aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah

kegunaan dari sistem tersebut (Tarantang et al., 2019).

Digital Payment atau pembayaran *digital* merupakan sebuah metode terbaru dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Sistem pembayaran *digital* yang biasa disebut *digital payment* atau *mobile payment* adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.

Digital payment menurut Gaol adalah sistem pembayaran yang khusus telah dikembangkan untuk menangani pembayaran barang-barang secara elektronik melalui internet. Sistem pembayaran *digital* atau biasa disebut *digital payment* atau *mobile payment* merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Pembayaran *digital* adalah pembayaran yang berbasis teknologi yang mana dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek

sehingga memudahkan pengguna. Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan metode digital untuk membayar dan menerima uang, semua transaksi pembayaran digital dilakukan secara online (Riska, 2022).

Menurut Bank Indonesia instrumen pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis. Saat ini di Indonesia sedang berkembang suatu instrumen pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik. Walaupun memuat karakteristik yang sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran lainnya seperti kartu kredit dan kartu ATM /Debit, namun penggunaan instrumen ini tetap sama dengan kartu kredit dan kartu ATM/Debit yaitu ditujukan untuk pembayaran (Wati, 2020).

Digital payment merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang mengenal digital payment sebagai dompet digital atau uang ponsel yang bisa digunakan

membayar berbagai transaksi yang telah tersedia. *Digital payment* atau yang lebih dikenal dengan sebutan uang elektronik, memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem *digital*.

b. Dimensi *Digital Payment*

Dimensi-dimensi dari *Digital Payment* adalah sebagai berikut:

- a) *Efficienc* : Mengacu kepada kepraktisan user menggunakan metode pembayaran.
- b) *Service quality* : Kualitas pelayanan dalam model tersebut merujuk ke seluruh kualitas dukungan saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- c) *Perceived ease of payment* : Mengacu kepada kemudahan dalam memahami dan menjalankan sistem pembayaran
- d) *Perceived speed* : Kecepatan dalam model ini merujuk ke pertukaran informasi pembayaran harus mampu mengarah ke penggunaan sebenarnya dan pada akhirnya mengarah ke kepuasan pengguna dengan sistem.

- e) *Perceived enjoyment* : Kenikmatan menggunakan sistem pembayaran elektronik diduga secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna.
- f) *Security* : Dimensi keamanan dalam model ini terkait penyediaan akses yang aman untuk seluruh aplikasi dan fasilitas yang tersedia.
- g) *Actual use* : Penggunaan (*usage*) merujuk ke jumlah waktu yang dihabiskan pengguna menggunakan teknologi.
- h) *Perceived benefit* : Ini merupakan penilaian keuntungan sistem pembayaran elektronik ke pelanggan, dan segala penggunaan sumber (*source*) termasuk waktu yang diperlukan dalam penerimaan pembayaran menggunakan sistem pembayaran elektronik (Rizkiyah et al., 2021).

c. Indikator *Digital Payment*

Menurut Michael Agustio dan Nanik Linawati tahun 2008 diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. *Perceived Ease of Use*: Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi

mudah untuk dipahami. Dengan adanya kemudahan yang diberikan *digital payment* maka akan mengurangi usaha baik waktu maupun tenaga. Kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa yang menggunakan sistem baru akan bekerja lebih mudah dibanding yang menggunakan sistem lama.

2. *Perceived Credibility*: persepsi keamanan, semakin tinggi keamanan suatu teknologi, maka akan meningkatkan intentitas penggunaan layanan *digital payment*. Sistem ini terbilang cukup aman, karena jika ingin melakukan transaksi pengguna harus memasukkan kata sandi yang mana hanya penggunalah yang mengetahui sandi tersebut.
3. *Perceived Usefulness*: konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan efisiensi mereka melakukan berbagai transaksi. Semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan

konsumen untuk berbelanja produk barang atau jasa menggunakan layanan *mobile payment*.

4. *Behavior intention*: dengan adanya persepsi manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial mendorong seseorang untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment* guna mempermudah dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakannya.
5. *Sosial influence*: seseorang akan tertarik untuk menggunakan *digital payment* karena dipengaruhi oleh orang lain yang merupakan pengguna *digital payment* tersebut (Riska, 2022).

d. Jenis *Digital Payment*

Digital payment memiliki banyak jenis, namun dalam penelitian ini jenis yang digunakan yaitu *digital payment* yang berbasis server atau aplikasi. Ada banyak aplikasi pembayaran digital yang dikenal. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa aplikasi pembayaran *digital* diantaranya:

1) DANA

DANA merupakan platform pembayaran *digital* yang dapat digunakan untuk segala transaksi online. Aplikasi ini dibuat oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, bekerjasama dengan Ant Financial (Alipay) dan Emtek Group. Aplikasi DANA adalah aplikasi yang dibuat dengan tujuan agar masyarakat Indonesia dapat dengan mudah melakukan transaksi non-tunai dan non-kartu. Beberapa layanan DANA adalah transaksi *e-commerce*, top-up pulsa pembayaran tagihan listrik, serta transaksi lainnya. DANA juga memberikan penawaran kemudahan dengan melakukan transaksi *scan code QR* menggunakan saldo DANA atau kartu bank. DANA sudah terhubung oleh sejumlah layanan online seperti Lazada, Bukalapak, Tix, id, Mobile Legend, UniPin, BPJS, dan layanan online lainnya. Sedangkan untuk pelayanan offline, DANA bekerjasama dengan Ramayana, KFC, Wendy's, Domino's Pizza, dll. DANA juga bekerjasama dengan Alfamart, BCA, BNI,

BTPN, Mandiri, ATM Bersama, Maybank, dll (Riska, 2022).

2) OVO

OVO adalah sebuah aplikasi *Smart* yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (*OVO Cash*). Pengguna bisa untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, *OVO Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan *OVO Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan *OVO Cash* di merchant-merchant rekanan OVO. Untuk *OVO Points* sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan OVO.

OVO Menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa uang cash terlalu banyak. Salah satunya dengan menunjukan aplikasi OVO yang didalamnya

terdapat saldo maupun Cash Point (Tarantang et al., 2019).

3) ShopeePay

Shopeepay adalah alat pembayaran elektronik sebagai *payment gateway* aplikasi jual beli online Shopee. Shopeepay merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk penyimpanan pengembalian dana. Shopeepay resmi diluncurkan pada bulan Januari 2019 setelah mendapat izin resmi dari Bank Indonesia.

Beberapa fitur yang dapat diakses melalui Shopeepay bagi pengguna adalah:

- a) Penambahan saldo (*top up*). Shopeepay maksimal sebesar 2 juta rupiah untuk akun yang belum terverifikasi dan 10 juta rupiah untuk akun yang sudah terverifikasi.
- b) Sebagai *payment gateway* untuk pembayaran di platform Shopee.
- c) Transfer saldo Shopeepay kepengguna lain.

- d) Penarikan dana dari Shopeepay dapat dilakukan setelah pengguna melakukan verifikasi identitas (Sulistia, 2020).

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan konsumtif berarti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) atau bergantung pada hasil produksi pihak lain. Sifat konsumtif ini pada dasarnya berasal dari konsumsi akan suatu barang. Echols dan Shadly dalam Suryo Adi Prakorso mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bentuk dari kata sifat yang berasal dari “*consumer*” yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti bersifat mengonsumsi barang secara berlebihan (Afiyah, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang

tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Rian Dianingsih, 2020).

Ancok (1995) menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut (Indah Wardani & Ritia Anggadita, 2021).

Kotler (2005) mengemukakan bahwasannya perilaku konsumtif ditentukan dari empat faktor, yakni faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor

Pribadi, Faktor Psikologis. Dua di antaranya yang memengaruhi tingkat konsumtif pada penelitian ini yakni, pertama pada faktor sosial terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, dan peran dan status, bisa dibilang pada faktor ini yaitu konformitas baik dengan rekan seumuran ataupun keluarga. Kedua, faktor pribadi yang terbagi atas: usia, tahapan pada perjalanan hidup, profesi, tingkat ekonomi, gaya hidup, konsep diri serta karakteristik. Kepribadian adalah tanda asli psikologis seseorang, yang umumnya ditunjukkan dengan memakai ciri bawaan contoh identitas serta strata sosial ekonominya pada masyarakat alhasil membuat individu jadi konsumtif. Terlebih mahasiswa dengan uang saku lumayan banyak bisa dengan gampang memakai uangnya guna berbelanja dengan berlebih sebab mempunyai peluang (Farahdiba, 2019).

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

a) Membeli produk karena iming-iming

Individu dalam membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b) Membeli barang bila kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warni yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Bertujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren oleh orang lain.

- f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh

idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan artis produk tersebut.

- g) Munculnya penilaian bahwa produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya (Oktavia, 2018).

Adapun menurut Sembiring dalam Suryo Adi Prakorso menyatakan ciri-ciri atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut.

- a) Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.
- b) Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.

c) Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.

d) Tidak ada skala prioritas.

Dari beberapa indikator perilaku konsumtif di atas, peneliti ingin menggunakan indikator menurut Sembiring, karena keempat indikatornya merepresentasikan apa yang ingin diukur dalam perilaku konsumtif seorang konsumen ketika adanya suatu teknologi yang dimana konsumen akan merasa kurang peka dengan pola konsumsi yang dilakukan seperti tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak adanya skala prioritas akibat adanya kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut (Afiyah, 2020).

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Swasta dan Handoko (1997) (dalam Setyawati, 2013) perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara

lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Menurut Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

1) Faktor internal

Menurut Kotler Faktor internal juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Mangkunegara, 2005:45), diantaranya: (1) Motivasi, (2) Pengamatan dan proses belajar, (3) Kepribadian dan konsep diri, (4) Kepercayaan;

2) Faktor eksternal

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok anutan dan keluarga. Faktor eksternal yaitu: (1) Kebudayaan, (2) Kelas sosial, (3) Kelompok anutan, (4) Keluarga (Lestarina et al., 2017).

d. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid dalam aspek- aspek perilaku konsumtif adalah:

1) Pembelian Implusif (*Implusive Buying*)

Menurut Rook dalam penelitiannya Kharis, *impulsive buying* adalah pembelian yang terjadi ketika kponsumen mengalami desakan tiba-tiba, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera.

2) Pemborosan Perilaku konsumtif

Sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa adanya didasari kebutuhan yang jelas. Boros

adalah membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya atau pun melebihi ukuran yang semestinya.

3) Pembelian tidak Rasional (*non rational buying*)

Perilaku dimana konsumen membeli suatu barang atau jasa yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini adalah remaja. Sifat remaja secara alami akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya merasa *trendy* (Aeni, 2019).

e. Landasan Hukum Konsumtif dan Konsumsi dalam Islam

Al-Qur'an dan Hadis merupakan sumber utama ajaran Islam, dan sebagai pedoman manusia menjalankan roda kehidupannya, baik dalam urusan akidah, akhlak, ibadah maupun muamalah. Karena itulah berbagai tema ekonomi islam harus digali dari kedua sumber tersebut. Salah satu tema ekonomi yang dibahas dalam Al-Qur'an dan hadis mengenai

konsumsi. Ditemukan sejumlah ayat Al-Qur'an sebagai penjabar tentang konsumsi, Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-A'raf/7: 31

يٰٓبَنِي ٓءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا
وَأَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahan:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-A'raf: 31)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah Swt memerintahkan umat-Nya untuk tidak berperilaku boros atau berlebih-lebihan dalam melakukan sesuatu karena Allah sangat tidak menyukai orang yang seperti itu (Safitri, 2022).

Dalam ekonomi Islam, tujuan perilaku konsumsi seorang muslim lebih mempertimbangkan mashlahah dari pada utilitas. Manusia diberikan kebebasan dari Allah untuk mengonsumsi apa yang dia inginkan, namun harus tetap terikat dengan

perintah Allah Swt sebagaimana firman-Nya dalam Q.S Al-Baqarah: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahan:

“Wahai sekalian manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (Q.S Al-Baqarah: 168)

Pada ayat tersebut menerangkan bahwa batasan konsumsi dalam Islam yakni ketika melakukan konsumsi harus dengan barang-barang yang halal, hidup berhemat, tidak bermewah-mewahan, tidak berlebihan, menjauhi kebathilan dan kekikiran. Batasan konsumsi Islami ini tidak hanya berlaku untuk makanan dan minuman saja, melainkan mencakup beberapa komoditas lainnya (Puspitasari & Indrarini, 2021).

B. Hasil Penelitian Relevan

Demi mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian

pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan hal ini adalah sebagai berikut:

1. Eni Nur Aeni, *Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang*, tahun 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Walisongo. Masalah penelitiannya yaitu mengukur pengaruh *onlineshop* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tapi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini dengan penelitian saya sama-sama menggunakan dependen Perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian ini menggunakan variabel independen

Onlineshop, sedangkan penelitian saya menggunakan variabel independen Penggunaan *digital payment*.

2. Viani Naufalia, jurnal pariwisata, *Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta*, tahun 2022, di Universitas Bina Sarana Informatika. Masalah penelitiannya yaitu mengukur pengaruh *digital payment* dan *e-service quality* terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee wilayah DKI Jakarta. Dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif masyarakat dan *E-Service Quality* juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat. Penelitian ini dengan penelitian saya sama-sama menggunakan dependen perilaku konsumtif. Perbedaan penelitain ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian ini menggunakan variabel independen *Digital payment* dan *E-service quality*, sedangkan penelitian saya menggunakan variabel independen penggunaan *digital payment*.

3. Fera Rian Dianingsih, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta*, tahun 2020, di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Masalah penelitiannya yaitu mengukur pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan fasilitas digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi akuntansi syariah di IAIN Surakarta. Dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan aplikasi belanja online dan penggunaan fasilitas digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Penelitian ini dengan penelitian saya sama-sama menggunakan dependen perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian ini menggunakan variabel independen penggunaan aplikasi belanja online dan fasilitas *digital payment*, sedangkan penelitian saya menggunakan variabel independen penggunaan *digital payment*.

C. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara terhadap hasil penelitian, yaitu prediksi hasil penelitian yang akan dilakukan berdasarkan hasil kajian teori (Firdaus et al., 2022). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Penggunaan *Digital Payment* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

Ha: Penggunaan *Digital Payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *survey*. Penelitian *survey* merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi (Ibrahim et al., 2018). Survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologi dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan mengamati (wawancara dan kuesioner) yang tidak

mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Islamiah, 2022).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Akbar et al., 2022).

B. Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi yang menyebabkan timbulnya atau

berubahnya variabel terikat. (Firdaus et al., 2022) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah penggunaan *Digital Payment* (X).

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Firdaus et al., 2022). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Perilaku Konsumtif (Y).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai yang terletak di Jl. Sultan Hasanuddin No.20, Balangnipa, Kec. Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan. Peneliti memilih lokasi di kampus UIAD Sinjai tepatnya pada Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) karena di fakultas ini mahasiswanya pastinya merupakan mayoritas pengguna *Digital Payment* dan juga telah mempelajari mengenai Perilaku Konsumtif atau konsumsi dalam Islam, yang mana dalam melakukan konsumsi tentunya kita diajarkan agar tidak boleh berperilaku konsumtif secara berlebihan.

Waktu penelitian dilaksanakan pada saat dikeluarkan surat izin meneliti dari kampus UIAD Sinjai yaitu pada bulan Juni sampai bulan Juli 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan, satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti (Firdaus et al., 2022).

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UIAD Sinjai yaitu berjumlah 581 orang.

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam

No	Program Studi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Syariah	2019-2022	313
2	Hukum Pidana Islam	2019-2022	146

3	Perbankan Syariah	2019-2022	122
Jumlah			581

(Sumber: Staf Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam,2023)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Sampel bersifat *representative* atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi (Firdaus et al., 2022). Teknik Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *Nonprobability Sampling* tepatnya *sampling porpusive*. *Nonprobability sampling* adalah suatu teknik sampling yang tidak semua unsur atau elemen populasi mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. *Sampling porpusive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Ngatno, 2015).

Pengambilan sampel berpedoman pada teknik Slovin, untuk tingkat kesalahan 10%. Rumus untuk menghitung dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Proses kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampai dengan yang masih dapat ditoleransi yaitu 0,1.

Sehingga jumlah sampel yang diteliti berjumlah:

$$n = \frac{581}{1 + 581 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{581}{1 + 5,81}$$

$$n = \frac{581}{6,81}$$

$$n = 85,31$$

$$n = 86 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas penulis menetapkan sampel sebanyak 86 orang dari jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UIAD Sinjai.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner atau Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan hasil pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan oleh responden (Garaika & Darmanah, 2019).

Berdasarkan instrumen penelitian yang akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*.

Menurut Sugiyono, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian ini hal utama yang harus diketahui adalah mengenai Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan
Sinjai.

Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut diberikan skor sebagai berikut

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Riska, 2022)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai

bahan analisis dalam penelitian ini. Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian berupa sumber informasi berupa dokumen internal seperti data Mahasiswa, gambaran umum Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam UIAD Sinjai. Maupun dokumen eksternal berupa bahan-bahan informasi seperti buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan (Riska, 2022).

F. Instrumen Penelitian

Istrumen dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mendukung proses pengumpulan data dan diperoleh data yang dibutuhkan, penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner.

Adapun instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu sebagai berikut.

a. Lembar Kuesioner/Angket

Kuesioner berasal dari bahasa latin: *Questionnaire*, yang berarti suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data (Penalaran UNM, 2018).

Lembar kuesioner/angket digunakan sebagai alat penelitian untuk memperoleh data yang diberikan kepada responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang telah tersedia. Lembar angket dapat berupa sejumlah pernyataan tertulis dengan mempertimbangkan jumlah pernyataan agar tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit yang penting disesuaikan dengan indikator yang telah ditetapkan (Sandu Siyoto & Ali Sodik, 2015).

b. Alat Dokumentasi

Instrumen penelitian dokumentasi merupakan suatu bentuk pengarsipan instrumentasi penelitian dimana data-datanya diperoleh langsung Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai dengan menggunakan alat dokumentasi.

G. Validasi Instrumen

Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS. SPSS adalah aplikasi yang memiliki kemampuan untuk analisis statistik cukup tinggi dan sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana untuk

memahami cara pengoperasiannya dengan mudah (Islamiah, 2022).

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dari suatu alat ukur instrument penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan (Riskha, 2022). Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). SPSS adalah aplikasi yang memiliki kemampuan untuk analisis statistik cukup tinggi dan sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak

dialog sederhana untuk memahami cara pengoperasiannya dengan mudah (Islamiah, 2022).

Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS sebagai alat untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara Penggunaan *Digital Payment* (X) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parameterik. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita (Sari, 2021). Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal

- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini melihat bagaimana variable (X) mempengaruhi variable (Y), baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik (berkata, 2018). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian ini juga berupa strategi untuk memverifikasi hubungan linear dan bisa dilakukan dalam beberapa cara seperti, analisis residual, *linearity test and curve estimation*, dan *bivariate plot*. Dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria pengujian sebagai berikut.

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variable (X) dengan (Y) adalah linear
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variable (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linier Sederhana

Teknik pengujian hipotesis yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linear sederhana. Regresi Sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan umum regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (Sahir, 2021)

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (Perilaku Konsumtif)

a : Konstanta

b : Angka atau arah koefisien regresi

X : Variabel independen (Penggunaan *Digital Payment*)

b. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (r^2)

Koefisien korelasi (R) menunjukkan derajat hubungan (korelasi) antara variabel independen dan dependen (Wati, 2020). Koefisien determinasi (r^2) adalah kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan r^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021).

Untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%) (Wati, 2020).

$$\mathbf{KD = rs^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat (Pertimbangan perilaku Materialitas)

rs^2 : Korelasi pearson.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam

Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam merupakan salah satu fakultas yang ada di lingkup Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Awal mula berdirinya Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Muhammadiyah Sinjai adalah adanya Perubahan nama dan status kampus dari Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai, berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI, Nomor: 6277 Tahun 2015 Tentang **Izin Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Sulawesi Selatan.** Maka sejak tahun 2015 Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai merupakan status baru dari Sekolah Tinggi Islam (STAI) Muhammadiyah Sinjai.

Perubahan ini meniscayakan perubahan struktur akademik dan pendirian fakultas dalam lingkup IAIM.

Salah satu tujuan pendirian fakultas dalam lingkup Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai adalah agar tercipta pengelolaan perguruan tinggi yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, pihak rektorat dan senat Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai menerbitkan Surat Keputusan Nomor: 218/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pendirian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAI Muhammadiyah Sinjai tertanggal 25 Agustus 2016/21 Dzulkaidah 1437 H. Dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI), untuk sementara membina tiga program studi yakni:

- 1) Ekonomi Syariah
- 2) Hukum dan Pidana Islam
- 3) Perbankan Syariah

Untuk menguatkan eksistensi tiga fakultas dalam lingkup Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai, maka rektor menerbitkan Surat Keputusan Nomor: 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang **Pembagian Fakultas** tertanggal 1 Desember 2016/1 Rabiul Awal

1438 H. Di Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai terdapat tiga fakultas, yakni: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan (**FTIK**), Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (**FUKIS**), Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (**FEHI**).

Dalam perjalanan sejarahnya, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam sudah pernah mengalami perubahan dan pergantian pimpinan. sejak diterbitkannya SK pendirian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam yang menjabat sebagai dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam adalah Dr. Muh. Anis, S.Pd.I, M.Hum. Sedangkan yang menjabat sebagai Ketua Prodi dari masing-masing prodi adalah:

- 1) Ekonomi Syariah : Muhammad Ikbal, S.Pd., M.Pd
- 2) Hukum Pidana Islam : Amran AR, S.Pd.I., M.Pd.I
- 3) Perbankan Syariah : Abd. Muhaemin Nabir, SE., M.Ak., Ak.

Pada tahun 2020 dekan fakultas Ekonomi dan Hukum Islam digantikan oleh Dr. Rahmatullah, M.A. dan pada tahun yang sama ketua prodi Ekonomi

syariah Muhammad Ikbal, S.Pd., M.Pd. digantikan posisinya oleh Salam S.E., M.M., Ketua Prodi hukum pidana Islam dari Amran AR, S.Pd. pada tahun 2022 kepemimpinan dekan kembali digantikan oleh Abd. Muhaemin Nabir, SE., M.Ak., Ak. dan jabatan ketua prodi Perbankan syariah di duduki oleh Nurwahida, S.H.I., M.E.

2. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam

Visi : Menjadikan Fakultas ekonomi dan hukum islam sebagai pusat pengkajian dan pengembangan sumber daya manusia dibidang ekonomi dan hukum yang islami, progresif dan kompotitif.

Misi :

1. Menyelenggarakan pendidikan yang berbasis nilai nilai islam.
2. Menyiapkan sumber daya manusia dalam bidang ekonomi dan hukum islam yang berkualitas dan progresif.
3. Mengembangkan kajian dan riset dalam bidang ekonomi dan hukum islam.
4. Menjalin kemitraan dengan berbagai pihak dalam rangka meningkatkan

lulusan yang kompetitif.

3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam



Gambar 1 :

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam

4. Sejarah Program Studi Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Hukum Pidana Islam

a. Perbankan Syariah

Program Studi Perbankan Syariah merupakan salah satu program studi yang ada dilingkup

Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Awal mula berdirinya Program Studi Perbankan Syariah setelah rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menerbitkan Surat Keputusan Nomor: 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas tertanggal 1 Desember 2016/1 Rabiul Awal 1438 H yakni: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan (FTIK), Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS), Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI). Adapun Surat Keputusan rektor Nomor: 218/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pendirian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAI Muhammadiyah Sinjai tertanggal 25 Agustus 2016/21 Dzulkaidah 1437 H. Dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI), untuk sementara membina tiga program studi yakni:

- a. Ekonomi Syariah
- b. Hukum Pidana Islam
- c. Perbankan Syariah

Pendirian Program studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Muhammadiyah untuk menjawab kebutuhan dan tantangan perbankan syariah, keuangan syariah dan Ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, adanya beberapa masukan dari stackholder terkait usulan pembentukan prodi Perbankan Syariah. Maka dari dasar pertimbangan tersebut Institut Agama Islam Muhamamdiyah Sinjai membuka program studi Perbankan Syariah pada tahun 2017 berdasarkan Nomor Surat Keputusan Dirjen Jenderal Pendidikan Islam Nomor 1081 Tahun 2017 Tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta Tahun 2017.

Dalam perjalanan sejarahnya Program Studi Perbankan Syariah telah mengalami perubahan dan pergantian pimpinan. Di mana sejak diterbitkan surat izin penyelenggaraan Program Studi Hukum Perdata Islam tahun 2017 hingga pada tahun 2022 yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah adalah Abd.

Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak. Kemudian pada tahun 2022 hingga sekarang yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah adalah Nurwahida, S.H.I., M.E.

Tujuan pendirian Program Studi Perbankan Syariah adalah untuk melahirkan sarjana Ekonomi syariah yang ahli dibidangnya, dalam hal ini sebagai Praktisi Perbankan Syariah, Aisten Peneliti Perbankan Syariah dan Wirausahawan Syariah

Adapun Visi Misi Podi Perbankan Syariah, yaitu :

- 1) VISI : Menjadi Program Studi yang Kompeten, Inovatif dan Berdaya Saing Berdasarkan Nilai-Nilai Islam dalam Bidang Perbankan Syariah
- 2) MISI :
 - a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang Islami, Inovatif dan Berdaya Saing dalam bidang Perbankan Syariah.

- b) Melakukan dan mengembangkan penelitian dalam bidang Perbankan Syariah yang Islami, Inovatif dan Berdaya Saing.
- c) Melakukan dan mengembangkan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bidang Perbankan Syariah yang Islami, Inovatif dan Berdaya Saing.
- d) Melakukan kajian Al Islam dan Kemuhammadiyah dalam bidang Perbankan Syariah yang Islami, Inovatif dan Berdaya Saing

b. Ekonomi Syariah

Program Studi Ekonomi Syariah merupakan salah satu program studi yang ada dilingkup Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Awal mula berdirinya Program Studi Ejonomi Syariah setelah rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menerbitkan Surat Keputusan Nomor: 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian

Fakultas tertanggal 1 Desember 2016/1 Rabiul Awal 1438 H yakni: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan (FTIK), Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS), Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI). Adapun Surat Keputusan rektor Nomor: 218/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pendirian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAI Muhammadiyah Sinjai tertanggal 25 Agustus 2016/21 Dzulkaidah 1437 H. Dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI), untuk sementara membina tiga program studi yakni Ekonomi Syariah, Hukum Pidana Islam, dan Perbankan Syariah.

Dalam perjalanan sejarahnya Program Studi Ekonomi Syariah telah mengalami perubahan dan pergantian pimpinan. Di mana sejak diterbitkan surat izin penyelenggaraan Program Studi Ekonomi Syariah tahun 2017 hingga pada tahun 2020 yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah adalah Muhammad Iqbal, S.Pd., M.Pd. Kemudian pada tahun 2020 hingga

sekarang yang menjabat sebagai ketua prodi Ekonomi syariah adalah Salam S.E., M.M.

Tujuan pendirian Program Studi Ekonomi Syariah adalah untuk melahirkan sarjana Ekonomi syariah yang ahli dibidangnya, dalam hal ini sebagai Praktisi Ekonomi Syariah, Asisten Peneliti Ekonomi Syariah dan *Enterpreneurial* Bisnis.

Adapun visi misi Prodi Ekonomi Syariah, yaitu :

- 1) VISI : Sebagai pusat pendidikan dan pengembangan Ekonomi Syariah yang Kompetitif dan Bermutu
- 2) MISI :
 - a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas guna menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kecakapan akademis, profesi, skil dan keahlian Ekonomi Syariah;
 - b) Menyelenggarakan penelitian untuk mengembangkan keilmuan

dan pengetahuan di bidang Ekonomi Syariah;

- c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pengembangan keilmuan dan terapan Ekonomi Syariah;
- d) Melaksanakan kajian Al Islam dan Kemuhammadiyah dalam bidang Ekonomi Syariah yang kompetitif dan bermutu

c. Hukum Pidana Islam

Program Studi Hukum Pidana Islam merupakan salah satu program studi yang ada dilingkup Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Awal mula berdirinya Program Studi Hukum setelah rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menerbitkan Surat Keputusan Nomor: 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas tertanggal 1 Desember 2016/1 Rabiul Awal 1438 H yakni: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan (FTIK),

Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS), Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI). Adapun Surat Keputusan rektor Nomor: 218/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pendirian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAI Muhammadiyah Sinjai tertanggal 25 Agustus 2016/21 Dzulkaidah 1437 H. Dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI), untuk sementara membina tiga program studi yakni: Ekonomi Syariah, Hukum Pidana Islam, dan Perbankan Syariah.

Pendirian Program studi hukum di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai dalam hal ini juga dilatar belakangi oleh kondisi masyarakat Kabupaten Sinjai yang berprofesi sebagai praktisi hukum masih sangat minim. Selain itu, adanya beberapa masukan dari stackholder terkait usulan pembentukan prodi hukum. Maka dari dasar pertimbangan tersebut Institut Agama Islam Muhamamdiyah Sinjai membuka program studi Hukum perdata Islam pada tahun 2016 berdasarkan Nomor Surat Keputusan Dirjen

Jenderal Pendidikan Islam Nomor 5374 Tahun 2016 tertanggal 26 September 2016 Tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta Tahun 2016. Kemudian pada tahun 2017 mengalami perubahan nama program studi menjadi Program Studi Hukum Pidana Islam berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 2080 Tahun 2017 tentang Penyesuaian Nomenklatur Program Studi pada Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.

Dalam perjalanan sejarahnya Program Studi Hukum Pidana Islam telah mengalami perubahan dan pergantian pimpinan. Dimana sejak diterbitkan surat izin penyelenggaraan Program Studi Hukum Perdata Islam tahun 2016 dan berubah nama menjadi Hukum Pidana Islam 2017 hingga pada tahun 2020 yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Hukum Pidana Islam adalah Amran AR, S.Pd.I., M.Pd.I. Kemudian pada tahun 2020 hingga sekarang yang menjabat sebagai

Ketua Program Studi Hukum Pidana Islam adalah Andi Alauddin, SH., MH.

Tujuan pendirian Program Studi hukum pidana islam adalah salah satunya untuk mencetak calon praktisi hukum yang unggul, dan islami dalam bidang Hukum Pidana Islam.

Adapun visi misi prodi Hukum Pidana Islam, yaitu :

- 1) Visi : Menjadi program studi yang islami, inovatif dan implementatif dalam pengembangan Hukum Pidana Islam pada tahun 2027
- 2) Misi :
 - a) Melaksanakan pendidikan yang islami, inovatif dan implementatif dalam bidang ilmu Hukum pidana Islam secara teori sesuai dengan dinamika dikehidupan masyarakat.
 - b) Melaksanakan dan meningkatkan penelitian dibidang ilmu hukum pidana islam yang islami, inovatif, dan implementatif di masyarakat.

- c) Melaksanakan dan meningkatkan pengabdian kepada masyarakat dibidang ilmu hukum pidana islam yang islami, inovatif, dan implementatif di masyarakat.
- d) Melaksanakan pendidikan, penelitian, pengabdian serta kerja sama yang berasaskan nilai-nilai kompetensi AIK (FEHI, 2023).

B. Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 86 orang. Item pertanyaan yang digunakan dalam angket sebanyak 50 item. 25 item untuk variabel X (Penggunaan *Digital Payment*) dan 25 item untuk variabel Y (Perilaku Konsumtif).

Adapun hasil angket dari variabel X (Penggunaan *Digital Payment*) dan variabel Y (Perilaku Konsumtif) sebagai berikut :

Tabel 4.1
Tabel Hasil Angket Variabel X

N C	Penggunaan Digital Payment (X)																				J U M L A H					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20						
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	112
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	3	5	3	5	109
5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	100
6	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	73
8	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	3	3	3	3	4	97
9	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
10	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	95

1 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9
1 2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6
1 3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9
1 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	9
1 5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	8	
1 6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	
1 7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8	
1 8	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
1 9	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	
2 0	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7	
2 1	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
2 2	5	4	4	3	3	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8
2 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7
2 4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	1	
2 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	9

9																																											0					
8																																															1	
0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0			
8																																																1
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0			
8																																																1
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0			
8																																																1
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0			
8																																																1
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6			
8																																																1
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3				
8																																																9
6	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	8								8					

Sumber : Hasil Analisis Angket Mahasiswa FEHI UIAD Sinjai

Tabel 4.2
Tabel hasil angket variabel Y

N C	Perilaku Konsumtif (Y)																									J U M L A H
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	72
2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	68
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	67
4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	66
5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	3	3	4	1	5	90
6	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	5	3	3	4	3	3	3	2	2	88
7	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	70
8	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	5	89
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	5	99
10	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	1	92
11	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	2	4	93
12	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	70
14	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	3	2	1	99

3																																						3	
1	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	1	1	2	2								8	
1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	1	1	2	1								9	
1	6	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2								7	
1	7	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4								8
1	8	3	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2								7	
1	9	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4								9
2	0	2	3	3	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6
2	1	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3							1
2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3							6
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2						8
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3								9
2	6	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3								8
2	7	4	4	5	5	5	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2								9
2	8	4	3	2	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3									9
2	9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3								6

3																					4					
0	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	3	1	3	3	3	2	1	3	
3																									8	
1	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	8
3																										5
2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	8
3																										6
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	1	9	
3																										7
4	1	1	5	5	4	3	1	4	2	4	4	4	3	4	5	4	4	2	1	2	2	2	1	5	1	4
3																										7
5	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	6
3																										1
6	2	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	9
3																										1
7	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	2	5	4	5	4
3																										7
8	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	5
3																										8
9	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	0
4																										7
0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4																										7
1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4																										9
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
4																										8
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4																										8
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	4	4	3	3	4
4																										9
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3

4																							1			
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2			
4																							5			
7	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	5		
4																							7			
8	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	5	
4																								7		
9	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	
5																								7		
0	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	6	
5																								9		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	
5																								7		
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	9	
5																								1		
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	5	9
5																								9		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	2	1	7
5																								7		
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	
5																								1		
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	
5																								7		
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	
5																								7		
8	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	
5																								7		
9	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	
6																								9		
0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	9	
6																								6		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	5	2	1	1	3	3	2	3	1	5

6																						8						
2	4	5	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	5	5	4	2	2	5		
6																										1		
3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	0		
6																										8		
4	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	5	1	5	1	5	5	5	5	3	5	5	1	3	5	5		
6																										5		
5	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	9		
6																										9		
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	0	
6																										9		
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	1	2	2	2	2	2	2	4	0		
6																										9		
8	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	
6																										7		
9	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	
7																										8		
0	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	7	
7																										7		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	5	
7																										8		
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	0	
7																										8		
3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	0	
7																										7		
4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	6	
7																										7		
5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	
7																										8		
6	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	
7																										8		
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	2	4	9	
7																										8		
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	5	5	5	3	3	3	2	5	8

7																										8	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	8	
8																										9	
0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2		
8																										6	
1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5	3	3	3	2	3	3	2	3	5	
8																										9	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	5	0	
8																										8	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	6	
8																										8	
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	2	4	3	3	2	2	2	9	
8																										8	
5	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
8																										8	
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	5	3	2	5	5

(Sumber : Hasil Analisis Angket Mahasiswa FEHI UIAD Sinjai)

Selanjutnya data yang diperoleh dari penyebaran angket yang dilakukan oleh peneliti, kemudian dilaksanakan teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 20 (*Statistic Product and Service*). Adapun analisis itu antara lain sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan agar dapat mengukur valid atau sah tidaknya kuesioner yang diolah. Untuk mengetahui valid atau sah tidaknya kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} tiap butir pertanyaan. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka data dapat dikatakan valid. Tabel menyajikan hasil uji validitas untuk tiap butir pertanyaan dari variabel Penggunaan *Digital Payment* dan Perilaku Konsumtif. Diketahui bahwa jumlah data (N) = 86 responden, maka untuk menentukan r_{tabel} (sig 0.05) digunakan rumus $df = (N-2) = (86-2) = 84$ maka di peroleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2120. Berikut ini hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan kuesioner yaitu:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas variabel X

Corelation			
No Item Soal	Person Correlation	R_{tabel} Sig. 0,05	Keterangan
P1	0,622	0,212	Valid
P2	0,693	0,212	Valid
P3	0,694	0,212	Valid
P4	0,790	0,212	Valid
P5	0,704	0,212	Valid
P6	0,745	0,212	Valid
P7	0,395	0,212	Valid
P8	0,545	0,212	Valid
P9	0,731	0,212	Valid
P10	0,670	0,212	Valid
P11	0,606	0,212	Valid
P12	0,595	0,212	Valid

P13	0,704	0,212	Valid
P14	0,741	0,212	Valid
P15	0,740	0,212	Valid
P16	0,712	0,212	Valid
P17	0,666	0,212	Valid
P18	0,654	0,212	Valid
P19	0,706	0,212	Valid
P20	0,744	0,212	Valid
P21	0,697	0,212	Valid
P22	0,816	0,212	Valid
P23	0,765	0,212	Valid
P24	0,562	0,212	Valid
P25	0,774	0,212	Valid

(Sumber: hasil analisis data dengan spss 20)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas variabel Y

Corelation			
No Item Soal	Person Correlation	R_{tabel} Sig. 0,05	Keterangan
P1	0,662	0,212	Valid
P2	0,700	0,212	Valid
P3	0,554	0,212	Valid
P4	0,755	0,212	Valid
P5	0,785	0,212	Valid
P6	0,734	0,212	Valid
P7	0,723	0,212	Valid
P8	0,652	0,212	Valid
P9	0,752	0,212	Valid
P10	0,730	0,212	Valid
P11	0,728	0,212	Valid
P12	0,736	0,212	Valid

P13	0,760	0,212	Valid
P14	0,712	0,212	Valid
P15	0,561	0,212	Valid
P16	0,588	0,212	Valid
P17	0,694	0,212	Valid
P18	0,684	0,212	Valid
P19	0,650	0,212	Valid
P20	0,682	0,212	Valid
P21	0,626	0,212	Valid
P22	0,521	0,212	Valid
P23	0,554	0,212	Valid
P24	0,165	0,212	Tidak Valid
P25	0,460	0,212	Valid

(Sumber: hasil analisis data dengan spss 20)

Berdasarkan hasil uji validitas, maka disimpulkan bahwa item soal yang terdiri 50 item pada angket pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai terdapat 1 item pernyataan yang tidak valid jadi pernyataan itu tidak digunakan dan 49 item dinyatakan valid $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan *alpha cronbachmoment* dengan bantuan SPSS 20. Suatu variabel dikatakan realibel jika memiliki crombach alpha > 0.60 . Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas yaitu:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Realibity Statistic	
Cronbach Alpha	N Of Item
0,950	25

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Realibity Statistic	
Cronbach Alpha	N Of Item
0,944	24

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Berdasarkan tabel Reliabilitas di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien *Cronbach's Alpha* 0,950 dan 0,944 lebih besar dari 0,60.

b. Uji Normalitas dan Linearitas

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi yang normal dengan melihat hasil berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnow Test* dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05). Berikut hasil uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) :

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,451

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil dari analisis *Kolmogorov-SmirnovTest* menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya sebesar 0,451 dimana nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,206 > 0,05$). Dengan demikian, residual data telah terdistribusi secara normal.

2) Uji Linearitas

Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 20 dengan melihat output ANOVA Table. Dua data variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*deviation for linearity*) lebih dari 0,05. Adapun hasil uji linieritas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Digital Payment	(Combined)	11261,306	35	321,752	2,610	,001
	Between Groups	4494,135	1	4494,135	36,463	,000
	Linearity Deviation from Linearity	6767,171	34	199,034	1,615	,060
	Within Groups	6162,647	50	123,253		
	Total	17423,953	85			

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Dari tabel hasil uji linieritas di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *deviation for linearity* lebih dari 0,05, yakni 0,060 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier.

c. Uji Hipotesis

1) Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal, yakni :

- a) Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05
 1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
 2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- b) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
 2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4494,135	1	4494,135	29,197	,000 ^b
Residual	12929,818	84	153,926		
Total	17423,953	85			

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Dari output Anova di atas diketahui bahwa nilai F hitung = 29,197 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Penggunaan *Digital Payment* atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Penggunaan *Digital Payment* (X) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,277	12,600		,974	,333
1 Penggunaan Digital Payment	,689	,128	,508	5,403	,000

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Dari tabel di atas diketahui nilai constant (a) sebesar 12,277, sedangkan nilai Penggunaan *Digital Payment* (b/ koefisien regresi) sebesar 0,689, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,277 + 0,689X$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi variabel Penggunaan *Digital Payment* dan variabel Perilaku Konsumtif yaitu sebagai berikut :

- a) Konstanta sebesar 12,277, mengandung arti bawa nilai konsisten variabel penggunaan *digital payment* adalah sebesar 12,277
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,689 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Penggunaan *Digital Payment*, maka nilai Perilaku Konsumtif bertambah sebesar 0,689. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan keputusan dalam uji Regresi Sederhana :

- a) Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan *Digital Payment* (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku konsumtif (Y).
- b) Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar 5,403 dengan t_{tabel} sebesar 1,98861 ($5,403 > 1,98861$) maka dapat dikatakan

bahwa H_0 ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan *Digital Payment* (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku konsumtif (Y).

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= \text{sig. } 0,05/2 : n-k-1 \\ &= 0,025 : 84 \\ &= 1,98861 \end{aligned}$$

2) Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan variabel Y, dapat dilihat pada tabel pedoman berikut.

Tabel 4.11

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang (Cukup kuat)
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(sumber : (Riyanto & Hatmawan, 2020)

Tabel 4.12
Uji Koefisien Korelasi (R)
Correlations

		Penggunaan Digital Payment	Perilaku Konsumtif
Penggunaan Digital Payment	Pearson Correlation	1	,508**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	86	86
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,508**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	86	86

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Dari tabel di atas didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,508 dan termasuk dalam tingkat hubungan yang sedang (cukup kuat) sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif memiliki hubungan yang sedang atau cukup kuat.

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 ^a	,258	,249	12,407

(Sumber : hasil analisis data dengan spss 20)

Dari Tabel di atas diketahui besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,508. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,258, yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (*Penggunaan Digital Payment*) mampu memengaruhi variabel terikat (*Perilaku Konsumtif*) sebesar 25,8 % dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

Digital payment merupakan sistem pembayaran yang berbasis teknologi yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja selama jaringan mendukung. Fenomena perkembangan sistem pembayaran yang semakin berkembang pesat saat ini memiliki peranan penting dalam kehidupan hari-hari, misalnya membayar kebutuhan hidup dan juga membeli barang yang diinginkan. Dengan adanya sistem pembayaran digital ini masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah atau bahkan mengantri lama, hanya cukup dengan bermodalkan *smartphone* atau hp dan jaringan internet yang memadai seseorang dapat membeli barang atau jasa yang diinginkan. *Digital payment* bisa digunakan dalam berbagai transaksi seperti belanja online, beli voucher listrik, pulsa, *top up game*, dan masih banyak lagi. Dalam penelitian ini rata-rata penggunaan aplikasi *digital payment* yang digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) adalah aplikasi DANA dan Shopeepay.

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku

konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai yang ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis yaitu hasil t_{hitung} sebesar 5,403 dengan t_{tabel} sebesar 1,98861 ($5,403 > 1,98861$) dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Penggunaan *Digital Payment* berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa.

Demikian halnya dengan uji koefisien determinasi (*R Square*) yang menunjukkan hasil sebesar 0,258, yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (Penggunaan *Digital Payment*) mampu memengaruhi variabel terikat (Perilaku Konsumtif) sebesar 25,8 % dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dan hal tersebut diartikan bahwa kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif terbilang sedang dan memiliki tingkat korelasi/ kekuatan hubungan yang sedang atau cukup kuat jika dilihat dari nilai korelasi yang dihasilkan sebesar 0,508. Cukup kuatnya pengaruh yang diberikan antara penggunaan *digital payment* terhadap perilaku

konsumtif ini terjadi karena faktor kemudahan dan manfaat penggunaan *digital payment* yang digunakan dalam penelitian ini. Salah satu indikator yang paling besar dari penelitian ini yaitu indikator *perceived usefulness* atau persepsi manfaat yang artinya bahwa penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan efisiensi mahasiswa dalam melakukan transaksi, semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan mahasiswa untuk berbelanja suatu produk barang atau jasa menggunakan aplikasi *digital payment*. Hal tersebut juga bisa dilihat pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Eni Nur Aeni dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Onlineshop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Selanjutnya, persamaan regresi $Y = 12,277 + 0,689X$ di mana konstanta dan koefisien regresi bernilai positif. Konstanta sebesar 12,277, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel penggunaan *digital*

payment adalah sebesar 12,277 dan koefisien regresi X sebesar 0,689 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan *digital payment*, maka akan meningkatkan nilai perilaku konsumtif sebesar 0,689. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif adalah positif.

Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Viani Naufalia tentang pengaruh *digital payment* dan *E-service Quality* terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee wilayah DKI Jakarta yang menunjukkan bahwa *digital payment* dan *E-Service quality* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat. Dan penelitian Fera Rian Dianingsih tentang pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan fasilitas *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang menunjukkan bahwa aplikasi belanja digital dan fasilitas yang terdapat pada *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai yang ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis yaitu hasil t_{hitung} sebesar sebesar 5,403 dengan t_{tabel} sebesar 1,98861 ($5,403 > 1,98861$) dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya penggunaan *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEHI UIAD Sinjai. Demikian halnya dengan hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) yang menunjukkan hasil sebesar 0,258, yang mengandung pengertian bahwa penggunaan *digital payment* mampu memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 25,8 % dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang diperoleh maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut ini :

1. Bagi pengguna aplikasi *Digital Payment* khususnya Mahasiswa FEHI UIAD Sinjai.

Dengan adanya pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif maka diharapkan untuk dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan *digital payment* dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai kebutuhan dan mendahulukan kebutuhan serta selalu menggunakan skala prioritas.

2. Bagi Pihak Fakultas

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi peningkatan mutu kampus agar dapat menyesuaikan isi mata kuliah dengan kebutuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi pada penelitian berikutnya. Penulis juga menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan tambahan variabel lain untuk mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa selain dari variabel penggunaan *digital payment* serta memperluas responden dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, E. N. (2019). Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Uin Walisongo Semarang. *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.
- Afiyah, R. N. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Akbar, A., Irawan, H., Ansar, A., & Dahlan, S. S. (2022). *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Perdagangan Kota Makassar*. 4(1), 1–20.
- Berkata, N. W. (2018, April 1). *Uji Linearitas » penalaran-unm.org*. <https://penalaran-unm.org/uji-linearitas/>, <https://penalaran-unm.org/uji-linearitas/>
- Dianingsih, F. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta*. Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Farahdiba, E. S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna E Wallet (Electronic Wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO Di Yogyakarta)*. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- FEHI. (2023). *Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam*. <https://fehi.uiad.ac.id>
- Firdaus, F., Ismail, I., Rahmatullah, R., Anis, M., & Mytra, P. (2022). *Pedoman Penulisan Skripsi* (Takdir (ed.)). CV.

Latinulu.

- Garaika, G., & Darmanah, D. (2019). *Metodologi penelitian*. CV. HIRA TECH.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, M., Baharuddin, B., Ahmad, M. A., & Darmawati, D. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- Islamiah, N. R. (2022). Pengaruh Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pengembangan UMKM Pada Pt. BNI Kcp. Sinjai. *Skripsi*. Sinjai: IAIM Sinjai.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Harlina, D. (2017). *Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja*. 2, 1–6.
- Naufalia, V. (2020). *Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta*. JASDIM Nusa Mandiri: Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen, 01 (01). <https://doi.org/xxxxxxx/jasdim.v1i1.7623>
- Ngatno, N. (2015). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Universitas Diponegoro Semarang.
- Oktavia, R. (2018). *Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)*. Skripsi, Lampung: IAIN Metro.
- Penalaran UNM (n.d.). Maret 11, 2018. <https://penalaran-unm.org/instrumen-penelitian-kuantitatif/>
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media Cet Ke-1.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa*

- Pandemi Covid-19*. 4(2011), 64–74.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Riska, R. (2022). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)*. Skripsi, Parepare: IAIN Parepare.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Rizkiyah, K., Nurmawanti, L., Dea, R., Macdhy, N., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO*. 16(1), 107–126.
- Safitri, N. (2022). *Analisis Transaksi Mobile Banking Bank Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI Parepare*. Skripsi, Parepare: IAIN Parepare.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sari, S. N. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Cet. 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sulistia, N. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Shopeepay (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram Angkatan Tahun 2017)*. Skripsi, Mataram: UIN Mataram.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*

Dan R&D. Cet. 1. Bandung: CV. Alfabeta.

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). *Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia*. 4. IAIN Palangkaraya: Jurnal Al Qardh.
- Wati, S. E. P. (2020). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Wardani, I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit NEM.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi Instrumen Penggunaan *Digital Payment*

NO	Sub Kompetensi	Indikator	Jumlah Soal
1	Penggunaan <i>Digital Payment</i>	<i>Perceived Ease of Use</i> (persepsi penggunaan)	25
		<i>Perceived Credibility</i> (persepsi keamanan)	
		<i>Perceived Usefulness</i> (persepsi manfaat)	
		<i>Behavior intention</i> (kebiasaan penggunaan)	
		<i>Social influence</i>	

Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

NO	Sub Kompetensi	Indikator	Jumlah Soal
1	Perilaku Konsumtif	Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang	25
		Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.	
		Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.	
		Tidak ada skala prioritas	
		Mengedepankan membeli produk yang mahal dan bermerek	

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

KUESIONER **PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*** **TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA** **FEHI UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI**

Kepada Yth : Saudara(i), kami harapkan bisa memberikan informasi yang sebenarnya secara jujur sesuai dengan kenyataan yang ada (kerahasiaan) sehingga dapat memberikan sumbangan yang berarti pada penelitian ini. Atas bantuan dan kerjasama yang telah saudara(i) berikan sangat membantu kami dalam mengukur perbandingan dalam penelitian.

Kuesioner ini berisi pernyataan yang menggambarkan pendapat maupun kesan dari saudara(i). Saudara(i) diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan persepsi (kenyataan) yang saudara(i) miliki tentang Pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
2. Isilah data diri saudara(i) sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.
4. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu pilihan jawaban sesuai dengan pendapat saudara(i).

Identitas Responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Umur :
4. Jenis Kelamin :
5. Jurusan/Semester :
6. No. Handphone :

Keterangan Alternatif Jawaban dan Skor Penilaian

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	Indikator	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
		Variabel Penggunaan Digital Payment (X)					
1	Perceived Ease of Use (persepsi penggunaan)	<ol style="list-style-type: none"> Penggunaan <i>digital payment</i> memberikan kemudahan dalam penggunaan dan pengaplikasiannya Semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis dan mudah dengan <i>digital payment</i> Sistem pembayaran pada <i>digital payment</i> jelas dan mudah untuk dimengerti Saya menemukan kemudahan penyesuaian saat menggunakan <i>digital payment</i> Penggunaan <i>digital payment</i> akan memungkinkan saya lebih cepat dalam menyelesaikan pembayaran atau transaksi. 					
2	Perceived Credibility (persepsi keamanan)	<ol style="list-style-type: none"> Selama awal penggunaan hingga sekarang ini saya merasa aman menggunakan <i>digital payment</i> Saldo tidak berkurang sedikit pun tanpa sepengetahuan pemilik akun 					

		3. Data pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak <i>digital payment</i>					
		4. Saya merasa aman bertransaksi dengan aplikasi <i>digital payment</i>					
		5. Saya percaya keamanan saldo saya pada aplikasi <i>digital payment</i> terjamin walaupun lama tidak digunakan					
3	<i>Perceived Usefulness</i> (persepsi manfaat)	1. <i>Digital payment</i> sangat efektif dalam membantu pembayaran kebutuhan sehari-hari (pulsa, listrik, air, transportasi, belanja online, dll)					
		2. Dengan adanya <i>digital payment</i> kita dapat melakukan transaksi pembayaran kapanpun dan dimanapun selama jaringan mendukung					
		3. Dengan <i>digital payment</i> saya tidak perlu mengantri					
		4. Saya bisa mengisi saldo (Top up) di manapun dan kapanpun					
		5. Secara keseluruhan, saya merasa <i>digital payment</i> sangat bermanfaat dalam melakukan pembayaran transaksi.					
4	<i>Behavior intention</i> (kebiasaan penggunaan)	1. <i>Digital payment</i> lebih sering saya gunakan untuk belanja online serta untuk pembelian pulsa atau voucher listrik					
		2. Saya menggunakan <i>digital payment</i> rata-rata lebih dari 3 kali dalam sebulan					
		3. Saya selalu mencoba untuk menggunakan <i>digital payment</i> dalam keseharian saya					

		4. Saya sering menggunakan <i>digital payment</i> untuk membeli barang				
		5. Saya berencana untuk selalu menggunakan <i>digital payment</i> secara terus menerus.				
5	Social influence	1. Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena direkomendasikan oleh teman				
		2. Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena adanya iklan-iklan di televisi maupun di media lain				
		3. Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena orang terdekat saya menyarankannya				
		4. Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena sedang trend di kampus				
		5. Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena mengikuti perkembangan zaman				
		Variabel Perilaku Konsumtif (Y)				
1	Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang	1. Saya sering membeli produk tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu				
		2. Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan				

		3. Saya membeli produk karena tampilannya menarik					
		4. Saya sering membeli produk yang sedang trend					
		5. Saya seringkali membeli produk yang terkesan mewah					
2	Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.	1. Saya sering membeli produk baru sebelum produk lama terpakai atau habis					
		2. Saya tetap membeli barang yang saya sukai meskipun harganya mahal					
		3. Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount					
		4. Saya suka mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama					
		5. Saya tetap membeli barang dengan harga yang murah meskipun tidak terlalu berguna untuk saya					
3	Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.	1. Saya tetap membeli barang yang saya sukai meskipun bukan yang saya butuhkan					
		2. Saya melakukan pembelian karena keinginan sesaat					
		3. Saya membeli sesuatu karena ingin mengikuti gaya orang lain					
		4. Saya membeli beberapa barang tanpa ragu saat saya menyukainya					
		5. Saya membeli beberapa barang apabila kemasannya terlihat menarik dan lucu					

4	Tidak ada skala prioritas	<ol style="list-style-type: none"> Saya seringkali mengeluarkan uang > 100 untuk membeli produk Jika saya memiliki uang lebih, saya ingin membeli semua yang saya sukai Saat saya melihat produk yang saya sukai, saya langsung membelinya Ketika belanja online, saya tidak mempertimbangkan mahal/tidaknya harga Ketika saya bingung dalam memilih produk saya akan membeli dua jenis produk sekaligus. 					
5	Mengedepankan membeli produk yang mahal dan bermerek	<ol style="list-style-type: none"> Saya meyakini bahwa dengan membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerek akan meningkatkan rasa percaya diri saya Saya rela mengeluarkan uang lebih untuk membeli barang yang saya sukai Saya membeli produk yang mahal dan bermerek karena terlihat mewah Menurut saya produk yang lebih mahal akan lebih bagus dibanding dengan produk yang lebih murah Terkadang saya membeli produk bermerek dengan harga mahal untuk sekedar gengsi agar tidak dioleng ketinggalan jaman. 					

Kuesioner Penelitian (Google Form)

09:22 KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PE (80)

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEHI UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI

Assalamualaikum wr wb.
Dalam rangka penyelesaian skripsi saya, saya bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai". Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara() untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres. [Pelajari lebih lanjut](#)

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama *

Jawaban Anda

NIM *

Jawaban Anda

Umur *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

Laki-laki
 Perempuan

Jurusan/Semester *

Jawaban Anda

No. Handphone/Wa *

Jawaban Anda

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Privasi dan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

09:24 KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PE (81)

PERNYATAAN

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

Penggunaan digital payment memberikan kemudahan dalam penggunaan dan pengaplikasiannya *

1
2
3
4
5

Semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis dan mudah dengan digital payment *

1
2
3
4
5

Sistem pembayaran pada digital payment jelas dan mudah untuk dimengerti *

1
2
3
4
5

Saya menemukan kemudahan penyesuaian saat menggunakan digital payment *

1
2
3
4
5

Penggunaan digital payment akan memungkinkan saya lebih cepat dalam menyelesaikan pembayaran atau transaksi. *

1
2
3
4
5

09:25 KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PE (83)

Selama awal penggunaan hingga sekarang ini saya merasa aman menggunakan digital payment *

1
2
3
4
5

Saldo tidak berkurang sedikit pun tanpa sepengetahuan pemilik akun *

1
2
3
4
5

Data pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak digital payment *

1
2
3
4
5

Saya merasa aman bertransaksi dengan aplikasi digital payment *

1
2
3
4
5

Saya percaya keamanan saldo saya pada aplikasi digital payment terjamin walaupun lama tidak digunakan *

1
2
3
4
5

Saya menggunakan digital payment *
karena direkomendasikan oleh teman

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menggunakan digital payment *
karena adanya iklan-iklan di televisi maupun di media lain

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menggunakan digital payment *
karena orang terdekat saya menyarankannya

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menggunakan digital payment *
karena sedang trend di kampus

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menggunakan digital payment *
karena mengikuti perkembangan zaman

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun bukan yang saya butuhkan

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya melakukan pembelian karena *
keinginan sesaat

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya membeli sesuatu karena ingin *
mengikuti gaya orang lain

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya membeli beberapa barang *
tanpa ragu saat saya menyukainya

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya membeli beberapa barang *
apabila kemasannya terlihat menarik dan lucu

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya seringkali mengeluarkan uang *
> 100 untuk membeli produk

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Jika saya memiliki uang lebih, saya *
ingin membeli semua yang saya sukai

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saat saya melihat produk yang saya *
sukai, saya langsung membelinya

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika belanja online, saya tidak *
mempertimbangkan mahal/tidaknya harga

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika saya bingung dalam memilih *
produk saya akan membeli dua jenis produk sekaligus

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Digital payment lebih sering saya *
gunakan untuk belanja online serta
untuk pembelian pulsa atau voucher
listrik

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menggunakan digital payment *
rata-rata lebih dari 3 kali dalam
sebulan

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya selalu mencoba untuk
menggunakan digital payment
dalam keseharian saya *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya sering menggunakan digital
payment untuk membeli barang *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya berencana untuk selalu
menggunakan digital payment
secara terus menerus. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Digital payment sangat efektif dalam *
membantu pembayaran kebutuhan
sehari-hari (pulsa, listrik, air,
transportasi, belanja online, dll)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Dengan adanya digital payment kita *
dapat melakukan transaksi
pembayaran kapanpun dan
dimanapun selama jaringan
mendukung

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Dengan digital payment saya tidak
perlu mengantri *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya bisa mengisi saldo (Top up) di
manapun dan kapanpun *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Secara keseluruhan, saya merasa
digital payment sangat bermanfaat
dalam melakukan pembayaran
transaksi. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya meyakini bahwa dengan
membeli dan menggunakan produk
mahal dan bermerek akan
mingkatkan rasa percaya diri saya *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya rela mengeluarkan uang lebih
untuk membeli barang yang saya
suka *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya membeli produk yang mahal
dan bermerek karena terlihat mewah *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Menurut saya produk yang lebih
mahal akan lebih bagus dibanding
dengan produk yang lebih murah *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Terkadang saya membeli produk
bermerek dengan harga mahal untuk
sekedar gengsi agar tidak dibalang
ketinggalan jaman. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Kembali

Kirim

Kosongkan
formulir

00.28 100% 90°
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PE... (90)

Saya sering membeli produk tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu *

1

2

3

4

5

Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan *

1

2

3

4

5

Saya membeli produk karena tampilannya menarik *

1

2

3

4

5

Saya sering membeli produk yang sedang trend *

1

2

3

4

5

Saya seringkali membeli produk yang terkesan mewah *

1

2

3

4

5

00.28 100% 90°
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PE... (90)

Saya sering membeli produk baru sebelum produk lama terpakai atau habis *

1

2

3

4

5

Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun harganya mahal *

1

2

3

4

5

Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount *

1

2

3

4

5

Saya suka mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama *

1

2

3

4

5

Saya tetap membeli barang dengan harga yang murah meskipun tidak terlalu berguna untuk saya *

1

2

3

4

5

Lampiran 3. Data Responden

NO	Nama	NIM	Umu r	Jenis Kelamin	Jurusan/Semeste r
1	Armayanti Ramadani	190311 010	22	Perempuan	Perbankan Syariah/8
2	Cindy Agustina	190303 014	21	Perempuan	Ekos/7
3	Risnawati	190307 047	21	Perempuan	Hukum pidana islam/8
4	Karmila	190311 040	22	Perempuan	Perbankan syariah/8
5	Agustini	190311 008	21	Perempuan	Perbankan Syariah/VIII
6	Miranda wulandari	220307 022	19	Perempuan	Hukum pidana islam/2
7	Nur fauzia	220307 011	19	Perempuan	HPI/2
8	Resa Rosita	190311 020	22	Perempuan	Perbankan Syariah / 8
9	Herianto	220307 008	20	Laki-laki	Hpi/2
10	Nurul Annisa	220307 010	19	Perempuan	Hukum pidana Islam
11	A.Nurul Annisa	220307 002	19	Perempuan	HPI/2
12	Juliani	220307 021	19	Perempuan	Hpi/2
13	Sri Hardianti	220307 009	18	Perempuan	Hpi/2
14	Nabila Nurul Istiqamah	220307 004	18	Perempuan	Hukum Pidana Islam
15	Fina	200022 20	21	Perempuan	Adm publik
16	Astrid Wulansari	220307 020	19	Perempuan	Hpi/2

17	Sarina	190311 046	23	Perempuan	Semester 8
18	Sandra Pratiwi	220307 005	19	Perempuan	HPI/II
19	Sri Wulandari	190311 047	22	Perempuan	Perbankan Syariah/8
20	Rezha Alfandi	220307 016	19	Laki-laki	HPI/2
21	Ilfa Dianita.S	190311 039	21	Perempuan	Perbankan Syariah /8
22	Annisatum muti	190311 034	22	Perempuan	Perbankan syariah/8
23	Aprilia Susan	190703 010	22	Perempuan	HPI/8
24	Faizul	190311 027	23	Laki-laki	Perbankan Syariah
25	Hasninayanti	190303 081	22	Perempuan	Ekonomi syariah/8
26	Rosmarohali	190311 021	22	Perempuan	Perbankan syariah/8
27	Nurlindah	190311 043	22	Perempuan	Perbankan syariah/8
28	Nurul Fajriani Lubis	210311 004	20	Perempuan	Perbankan syariah/4
29	Saputri Bella Ananda	190303 066	22	Perempuan	Ekonomi Syariah /8
30	Dwi Ningsih Angriani	190311 011	22	Perempuan	Perbankan syariah/8
31	Ikkal	190311 028	23	Laki-laki	Perbankan syariah
32	Harsidah	190311 012	22	Perempuan	Perbankan Syariah/8
33	Rahma Sari	190311 019	22	Perempuan	Perbankan syariah
34	Andi deah	190311	21	Perempuan	Perbankan

	salsabila mulya	009			syariah\8
35	A. Dewi Salsabila	190202 025	22	Perempuan	Ekos/8
36	Khairul ihwan	190311 029	22	Laki-laki	Perbankan Syariah
37	Nirwana	190311 017	24	Perempuan	Perbankan syariah/8
38	Ririn Lestari	190311 045	21	Perempuan	Perbankan syariah/8
39	Asnita	190311 035	22	Perempuan	PS/8
40	Nurfaysa	180311 018	22	Perempuan	Perbankan syariah
41	Ludiah Mardiah	190303 116	21	Perempuan	Ekos/8
42	Mardiana M	190303 019	21	Perempuan	Ekos/8
43	Mutmainna	190303 054	21	Perempuan	Ekonomi Syariah/8
44	Amar Amrullah Asikin	190311 002	23	Laki-laki	Perbankan Syariah
45	Tenri afwah	190303 097	23	Perempuan	Ekonomi syariah /8
46	Rezky Amelia	200311 023	20	Perempuan	Perbankan syariah
47	Mutiara Fitri	190303 021	21	Perempuan	Ekonomi Syariah/ 8
48	Mirnawati	190303 117	20	Perempuan	EKOS/8
49	Nur Ismi	200311 027	21	Perempuan	PS/6
50	Nurinzani	220307 025	21	Perempuan	HPI/2
51	Sulfariani	190311	21	Perempuan	8

		048			
52	Nurul Atika	190303 090	20	Perempuan	Ekonomi syariah/8
53	Nelva	190303 022	22	Perempuan	Ekos/8
54	Jumasni	190303 083	22	Perempuan	Ekonomi Syariah/VIII
55	Reni purnamasari	190311 044	23	Perempuan	Perbankan syariah
56	Normi	190311 042	25	Perempuan	Perbankan syariah
57	Kasmawati	190307 049	23	Perempuan	HPI/8
58	Nurlaelah	190303 024	22	Perempuan	Ekos/8
59	Sitti Fatimah	190303 125	21	Perempuan	Ekos/8
60	Fira Yuniar	190307 037	23	Perempuan	HPI /8
61	A.Musdalipa h Jk	190311 031	22	Perempuan	Semester 8
62	Firdaus	190303 036	21	Laki-laki	Ekonomi
63	Ahmad Nizar	200311 002	21	Laki-laki	Perbankan syariah
64	Ashar Ramadhan	200311 003	20	Laki-laki	PS
65	Astina Nur	200311 010	20	Perempuan	Perbankan syariah/6
66	Maharani Auliyah Bahar	200311 018	21	Perempuan	Perbankan syariah/6
67	Evi tamala	200311 013	20	Perempuan	Perbankan syariah/6
68	A. Musfita Sari	190311 007	22	Perempuan	PS/8

69	Sabrina	190307 022	22	Perempuan	HPI/8
70	Firman	190311 003	22	Laki-laki	PS/8
71	Hasmiati	190311 037	24	Perempuan	PS/8
72	Mulkawati	190311 041	22	Perempuan	Ps/8
73	Hiskawati	190311 014	21	Perempuan	PS/8
74	A.Fitrawati	190311 006	22	Perempuan	PS/8
75	Julmiati	190311 015	22	Perempuan	Ps/8
76	Sulistyaninsi	190303 128	22	Perempuan	Ekos/8
77	Lutfi Al Hakim	190303 070	21	Laki-laki	Ekos/8
78	Sitti Yusmawati	210311 010	20	Perempuan	PS/5
79	Husniati Husain	200311 015	21	Perempuan	PS/6
80	Nur Saadah Stefany	210311 018	19	Perempuan	PS/4
81	Suci ramadani	210311 013	20	Perempuan	PS/4
82	Fadillah Tunnisa	210311 012	19	Perempuan	PS/4
83	Nurul Fatimah	210311 011	19	Perempuan	PS/4
84	Rahayu Astuti	210311 009	20	Perempuan	PS/4
85	Rezki Rahmadania	210311 006	23	Perempuan	Ps/4
86	Huzaimah	210311 005	18	Perempuan	Ps/4

Lampiran 4. Deskripsi Jawaban Responden

	Penggunaan Digital Payment (X)																									JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	112
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	3	5	3	5	109
5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	100
6	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	73
8	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	3	3	3	3	4	97
9	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87
10	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5	95
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99
12	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	62
13	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	97
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98
15	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	3	87
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	90
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	87
18	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	5	108
19	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	4	2	3	4	102
20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	70

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	91
26	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	80	
27	4	4	5	5	5	3	3	2	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	97	
28	4	3	2	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	91		
29	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	66		
30	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	2	1	43						
31	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	88						
32	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	58						
33	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	69						
34	1	1	5	5	4	3	1	4	2	4	4	3	4	5	4	4	2	1	2	2	2	2	1	5	1	74						
35	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	76						
36	2	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	109						
37	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	2	5	4	5	104							
38	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	75							
39	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	80							
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	72							
41	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	73						
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90						
43	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	83						
44	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	4	4	3	3	84						
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	2	93						
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125						
47	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	55						
48	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	75						
49	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	74						
50	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	76						

77	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	2	2	4	89	
78	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	5	5	5	3	3	3	2	2	5	88
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	88
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	92
81	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	65
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	90
83	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	86
84	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	2	4	3	3	2	2	2	89	
85	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	83	
86	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	2	2	5	85
TOTAL																											7105		

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai perilaku konsumtif hasil perhitungan dari 86 responden berdasarkan kuesioner/angket yang diberikan yaitu sejumlah 7105.

Pearson n	.27	.36	.43	.48	.44	.44	.10	.17	.34	.38	.14	.26	.21	.35	.39	.58	.72	.64	.75	.49	.60	.56	.38	.52	.66
Correla	6	7	2	9	4	7	9	4	0	1	6	4	5	8	8	1	5	4	7	4	7	6	7	6	6
P1 tion																									
Sig. (2- tailed)	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.31	.10	.00	.00	.17	.01	.04	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	0	1	0	0	0	0	7	9	1	0	9	4	7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pearson n	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86
P1 Correla	.33	.33	.41	.49	.33	.49	.17	.23	.29	.32	.23	.22	.31	.32	.47	.44	.72	.54	.69	.48	.57	.56	.40	.52	.65
Sig. (2- tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.11	.02	.00	.00	.03	.03	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	2	2	0	0	1	0	8	7	6	3	0	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pearson n	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86
P1 Correla	.30	.30	.45	.50	.37	.40	.20	.32	.44	.39	.21	.24	.37	.38	.37	.56	.64	.54	.73	.59	.59	.66	.45	.63	.70
Sig. (2- tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.05	.00	.00	.00	.04	.02	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	4	4	0	0	0	0	5	2	0	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pearson n	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86	.86
P2 Correla	.23	.31	.46	.54	.35	.47	.18	.24	.46	.48	.19	.28	.32	.42	.35	.63	.75	.69	.73	.60	.72	.65	.57	.64	.74
Sig. (2- tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.05	.00	.00	.00	.04	.02	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	0	6	6	7	7	5	9	1	0	4	4	1	3	4	0	3	7	1	7	5	2	5	3	5	4

Pearso n	,19	,20	,26	,32	,27	,36	,18	,13	,37	,26	,09	,09	,23	,23	,24	,40	,38	,40	,45	,57	,63	,63	,59	1	,49	,56
Correla tion	6	8	1	0	7	3	9	4	9	0	3	9	1	4	3	8	7	3	9	3	8	2	3		9	2
Sig. (2- tailed)	,07	,05	,01	,00	,01	,00	,08	,21	,00	,01	,39	,36	,03	,03	,02	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00
N	1	5	5	3	0	1	1	8	0	6	5	3	2	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pearso n	,38	,43	,40	,56	,55	,69	,15	,33	,51	,39	,37	,39	,47	,50	,61	,59	,52	,52	,63	,64	,57	,65	,64	,49	1	,77
Correla tion	4	1	4	4	9	0	2	2	4	0	8	8	9	2	5	1	6	4	0	5	5	0	1	9	9	4
Sig. (2- tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,16	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
N	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pearso n	,62	,69	,69	,79	,70	,74	,39	,54	,73	,67	,60	,59	,70	,74	,74	,71	,66	,65	,70	,74	,69	,81	,76	,56	,77	1
Correla tion	2	3	4	0	4	5	5	5	1	0	6	5	4	1	0	2	6	4	6	4	7	6	5	2	4	
Sig. (2- tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

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

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

Pearson	n	,52	,49	,47	,55	,53	,40	,38	,41	,51	,50	,50	,61	,54		,49	,55	,49	,41	,49	,35	,33	,18	,09	,16	,71		
Correla	tion	2"	8"	2"	9"	6"	5"	3"	9"	8"	1"	5"	0"	2"	1	,49	,55	,49	,49	,49	,41	,49	,35	,33	,18	,09	,16	,71
Pearson	n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	8	5	2	0	
Correla	tion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	8	5	2	0
Pearson	n	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Correla	tion	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Pearson	n	,19	,17	,47	,46	,47	,42	,39	,48	,45	,56	,53	,45	,52	,49		,38	,43	,24	,13	,25	,12	,04	,21	,11	,05	,56	
Correla	tion	9	7	4"	6"	5"	2"	7"	1"	4"	9"	1"	0"	4"	6"	1	,38	,43	,24	,13	,25	,12	,04	,21	,11	,05	,56	
Pearson	n	,06	,10	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,02	,22	,01	,24	,66	,05	,27	,58	,00		
Correla	tion	6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	7	1	9	0	9	8	0		
Pearson	n	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86		
Correla	tion	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86		
Pearson	n	,36	,40	,24	,36	,40	,43	,29	,27	,30	,29	,41	,58	,37	,55	,38		,55	,56	,33	,41	,36	,25	,09	,08	,21	,58	
Correla	tion	1"	1"	5"	4"	7"	8"	8"	7"	5"	3"	7"	1"	2"	0"	8"	1	,55	,56	,33	,41	,36	,25	,09	,08	,21	,58	
Pearson	n	,00	,00	,02	,00	,00	,00	,00	,01	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,01	,40	,42	,05	,00		
Correla	tion	1	0	3	1	0	0	5	0	4	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	9	4	5	0	0		
Pearson	n	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86		
Correla	tion	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86		
Pearson	n	,45	,54	,39	,57	,57	,55	,39	,32	,43	,42	,46	,53	,50	,49	,43	,55		,55	,43	,33	,41	,28	,20	,11	,24	,69	
Correla	tion	9"	6"	7"	3"	6"	9"	1"	8"	1"	4"	5"	0"	3"	9"	9"	1	,55	,43	,33	,41	,28	,20	,11	,24	,69		

Sig. (2-tailed)	,11	,52	,04	,04	,01	,05	,54	,16	,92	,39	,70	,69	,86	,38	,27	,42	,28	,85	,75	,96	,16	,32	,67	,89	,12
N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Pearson																									
n	,26	,28	,00	,16	,25	,32	,27	,23	,22	,28	,22	,22	,23	,16	,05	,21	,24	,26	,55	,36	,38	,37	,44	,01	,46
Correla	6	8"	1	6	1'	3"	2'	1'	4	3"	2'	6	7'	8	9	2	9'	6	7"	4"	8"	3"	0"	4	1
P2																									
tion																									
5																									
Sig. (2-tailed)	,01	,00	,99	,12	,02	,00	,01	,03	,03	,00	,04	,03	,02	,12	,58	,05	,02	,01	,00	,00	,00	,00	,00	,89	,00
N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Pearson																									
n	,66	,70	,55	,75	,78	,73	,72	,65	,75	,73	,72	,73	,76	,71	,56	,58	,69	,68	,65	,68	,62	,52	,55	,16	,46
Correla	2"	0"	4"	5"	5"	4"	3"	2"	2"	0"	8"	6"	0"	2"	1"	8"	4"	4"	0"	2"	6"	1"	4"	5	0"
To																									
tion																									
tail																									
Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,12	,00
N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Uji Reabilitas

a. Variabel Penggunaan digital payment (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,950	25

b. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	24

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	12,33351154
	Absolute	,093
Most Extreme Differences	Positive	,058
	Negative	-,093
Kolmogorov-Smirnov Z		,859
Asymp. Sig. (2-tailed)		,451

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Digital	Between Groups	(Combined)	11261,306	35	321,752	2,610	,001
		Linearity	4494,135	1	4494,135	36,463	,000

Payment	Deviation from Linearity	6767,171	34	199,034	1,615	,060
	Within Groups	6162,647	50	123,253		
	Total	17423,95	83			

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 ^a	,258	,249	12,407

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Digital Payment

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4494,135	1	4494,135	29,197	,000 ^b
Residual	12929,818	84	153,926		
Total	17423,953	85			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Digital Payment

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,277	12,600		,974	,333
1 Penggunaan Digital Payment	,689	,128	,508	5,403	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

4. Uji koefisien korelasi

Correlations

		Penggunaan Digital Payment	Perilaku Konsumtif
Penggunaan Digital Payment	Pearson Correlation	1	,508**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	86	86
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,508**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	86	86

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

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)

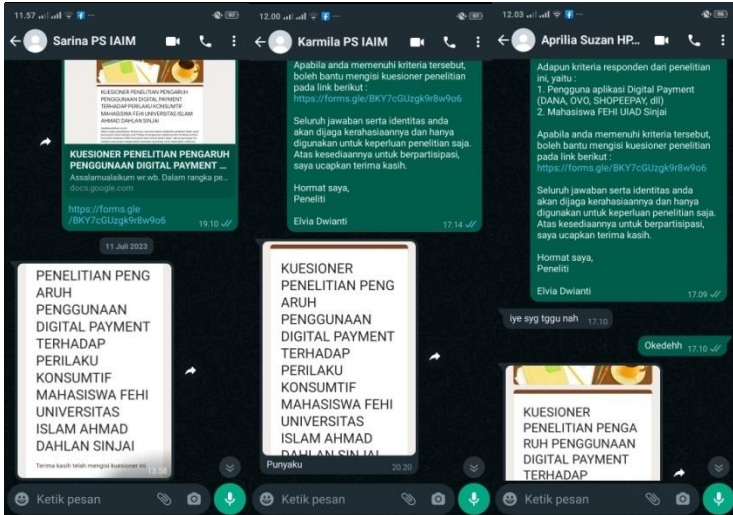


(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)



(Penelitian di kampus dengan mahasiswa FEHI)





(Pembagian link kuesioner penelitian google form)

Lampiran 7. Surat Izin Penelitian



**UIAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN
HUKUM ISLAM**

Nomor : 385.D3/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, 3 Zulhijjah 1444 H
21 Juni 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Rektor UIAD

di

Tempat

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) UIAD Sinjai**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Elvia Dwianti
NIM : 190311036
Prodi Studi : Perbankan Syariah
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

"Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai"

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Abd. Wulfatmin Nabir, S.E., M.Ak, Ak.
NBM.1213397

Lampiran 8. Keterangan telah melaksanakan penelitian



SURAT KETERANGAN
Nomor: 343 /III.3.AU/D/KET/2023


Yang bertanda tangan dibawah ini Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai menerangkan bahwa:

Nama : Elvia Dwianti
NIM : 190311036
Program Studi : Perbankan Syariah (PSY)
Semester : Delapan (VIII)

Yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : ***"Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai"***.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 08 Muharram 1445 H
26 Juli 2023 M


Firdaus, M.Ag
NBM. 886 069

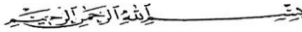
Lampiran 9. SK Pembimbing



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAK 048221418, KODE POS 92612
Email: fehi.iainsinjai@gmail.com Website: <http://www.iainsinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020



SURAT KEPUTUSAN NOMOR:843.D3/III.3.AU/F/KEP/2022

TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2022-2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI

- Memimbang : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
- Mengingat : 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- Memperhatikan : a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
b. Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.

Memperhatikan : Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.

Pertama : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Rahmatullah, S.Sos.I., M.A.	Heri Irawan, S.Pd.I, M.E.

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Elvia Dwianti
NIM : 190311036
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEHI IAI Muhammadiyah Sinjai

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



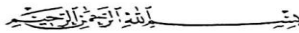
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANU DDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email: feki.iainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1089/SK/BAN-PT/Akred/PT/II/2020



- Ketiga** : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Keempat** : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal 29 Rabi'ul Akhir 1444 H
: 23 November 2022 M



Abd. Muhaimin Nabir, SE., M.Ak., Ak.
NBM. 4213397

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIM Sinjai di Sinjai.

Lampiran 10

BIODATA PENULIS



Nama : Elvia Dwianti
NIM : 190311036
Tempat/TGL. Lahir : Sinjai, 29 September 2001
Alamat : Jl. Bulu Lasiai II Balangnipa, Kec.
Sinjai Utara
Pengalaman Organisasi : Pengurus Himpunan Mahasiswa
Prodi Perbankan

Syariah (HIMPPESA)

Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 1 Sinjai Utara
2. SMP : SMP Negeri 3 Sinjai Utara
3. SMA : SMA Negeri 1 Sinjai Utara

Handphone : 082188987860

Email : elviadwianti29@gmail.com

Nama Orang Tua

1. Ayah : Abd. Rahman
2. Ibu : Kursiah

Lampiran 10. Keterangan Plagiasi (Returnitin)



Similarity Report ID: old:30061:53613472

PAPER NAME
(190311036)



AUTHOR
ELVIA DWIANTI

WORD COUNT
13611 Words

CHARACTER COUNT
63360 Characters

PAGE COUNT
56 Pages

FILE SIZE
303.0KB

SUBMISSION DATE
Mar 1, 2024 1:43 PM GMT+7

REPORT DATE
Mar 1, 2024 1:49 PM GMT+7

● 29% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 26% Internet database
- 11% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 19% Submitted Works database

