

**PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN
MAHASISWA FEBI IAIN KERINCI**

SKRIPSI



Oleh:

NOVIA MALA SARI

NIM: 2110402008

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

T.A 2025 M/1446

**PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN
MAHASISWA FEBI IAIN KERINCI**

SKRIPSI

*Diajukan unto melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar
sarjana ekonomi dalam jurusan ekonomi*

Oleh:

NOVIA MALA SARI

NIM:2010402008

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

T.A 2025 M/1446

Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy
DOSEN FEBI IAIN KERINCI

Sungai Penuh, 5 mei 2025
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Kerinci
di-

AGENDA	
NOMOR :	98
TANGGAL :	06 Mei 2025
PARAN :	<i>AB</i>

NOTA DINAS

Sungai Penuh

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb

Dengan hormat setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara NOVIA MALA SARI NIM 2110402008 yang berjudul "pengaruh penggunaan e-money dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci" telah dapat diajukan untuk dimunaqasah guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikian kami ucapkan terimakasih, semoga bermanfaat bagi Kepentingan Agama, Bangsa, Dan Negara.

Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb

Pembimbing



Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy
NIP 19900602201903101

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NOVIA MALA SARI
NIM : 2110402008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : lolo gedang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “**pengaruh penggunaan e-money dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci**” murni merupakan gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai Penuh, 5 MEI 2025

Yang menyatakan,



NOVIA MALA SARI

NIM 2110402008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Jl. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) - 22114 Telp. 0748 - 21065
Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id email: info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Selasa tanggal 06 Mei 2025 dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, 2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

Ketua Sidang/Pembimbing

Alek Wissalim Bustami M.E.Sy

NIP. 199006022019031014

Penguji I

H. Samsul Bahry Harahap, Lc, Ma

NIP. 198211202011011000

Penguji II

Mike Mayasari, M.Ak

NIDN: 2009059102

MOTTO DAN PERSEBAHAN

Motto:

مَا أَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللَّهِ وَمَا أَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنْ نَفْسِكَ

“kebaikan (nikmat) apa pun yang kamu peroleh (berasal) dari Allah, sedangkan keburukan (bencana) apa pun yang menimpamu itu disebabkan oleh (kesalahan) dirimu sendiri”. (Q.S. An-Nisa Ayat 79)

Persembahan:

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya,

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku. Terimakasih telah menerangi setiap langkahku, telah menyemangatiku untuk bangkit di saat semangatku runtuh, dan selalu mendukung baik melalui material maupun doa-doa yang dipanjatkan.
2. Untuk keluarga besar yang telah memberidukungan, semangat, dan motivasi, sehingga terselesainya skripsi ini.
3. Untuk teman serta kawan seperjuangan yang selalu memberi semangat dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.
4. Untuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci angkatan 2021.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “pengaruh penggunaan e-money dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, nabi besar Muhammad SAW karena atas perjuangannya lah kita bisa merasakan indah dan manisnya iman dan Islam.

Penulisan proposal ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Dalam menyusun proposal ini, penulis menyadari betapa besar rahmat serta pertunjuk dari Allah Subhana wa ta'ala yang dilimpahkan kepada penulis, sertabantuan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang tercinta dan yang terhormat:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, M.Si. Selaku Rektor IAIN Kerinci. Beserta jajaran
2. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Ibu Dr. Zufriani, M.HI. Selaku Wakil Dekan I. Bapak Aridem Vintoni, M.Pd. selaku Wakil Dekan II dan ibu Syamsarina, Lc, M.A. Selaku Wakil Dekan III.

3. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy. Selaku pembimbing yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai sesuai dengan harapan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen dalam lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci yang tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan.
5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam berbagai cara hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga saya sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi langkah awal untuk masa depan yang lebih baik.

Kerinci, 5 mai 2025

Penulis,

Novia mala sari

Nim: 2110402008

ABSTRAK

Novia Mala Sari, 2025. Judul dari penelitian Pengaruh Penggunaan *E-money* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. Pembimbing: Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah penggunaan *e-money* dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kerinci dan sampel penelitian ini sebanyak 31 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa angket/kuesioner. Pengujian data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan *e-money* dengan nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($1,608 > 1,701$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikan gaya hidup sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($0,618 > 0,170$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dengan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 1,04% dipengaruhi oleh variabel penggunaan *e-money* dan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dan 1,04% dijelaskan variabel lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-money* dan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Kata Kunci: *E-Money*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

ABSTRACT

Novia Mala Sari, 2025. *The Influence of E-Money Usage and Lifestyle on Consumptive Behavior Among FEBI IAIN Kerinci Students*. Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Kerinci. Advisor: Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy.

The purpose of this research is to determine whether the use of e-money and lifestyle have an impact on the consumptive behavior of students at FEBI IAIN Kerinci. This study employs a quantitative approach with a descriptive research type. The population of this research consists of students from FEBI IAIN Kerinci, and the sample size is 31 respondents. The data collection technique used in this study is through questionnaires. Data testing was conducted using multiple linear regression. The results of the study indicate that the use of e-money has a significant value of 0.01, which is less than 0.05, and the calculated t value is greater than the table t value ($1.608 > 1.701$). This indicates that the variable of e-money usage has a significant effect on consumptive behavior. Furthermore, the significant value of lifestyle is also 0.01, which is less than 0.05, and the calculated t value is greater than the table t value ($0.618 > 0.170$). This shows that the lifestyle variable significantly influences the consumptive behavior of students. The coefficient of determination (R^2) shows a value of 1.04%, indicating that consumptive behavior is influenced by the variables of e-money usage and lifestyle, while 1.04% is explained by other variables. Overall, the results of this study indicate that the variables of e-money usage and hedonistic lifestyle have an impact on the consumptive behavior of students.

Keywords: E-Money, Lifestyle, Consumptive Behavior.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA).....	v
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS).....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>E-Money</i>	8
2.2 Gaya Hidup	11
2.3 Perilaku Konsumtif	16
2.4 Penelitian Relevan	18
2.5 Kerangka Konseptual	20
2.6 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Ruang Lingkup Dan Lokasi Penelitian	22
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4 Populasi Dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi	24

3.4.2 Sampel.....	24
3.4.3 Ukuran Sampel.....	25
3.4.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.5 Jenis Data	26
3.6 Sumber Data.....	26
3.6.1 Data Primer	36
3.6.2 Data Sekunder	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data	27
3.8 Instrumen Penelitian.....	28
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.9.1 Uji Validasi	29
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.10 Uji Asumsi Klasik	30
3.10.1 Uji Normalitas	30
3.10.2 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.10.3 Uji Multikolinieritas.....	31
3.10.4 Uji Linearitas.....	31
3.11 Teknik Analisis Data.....	31
3.11.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.11.2 Analisis Regresi Sederhana	33
3.11.3 Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Analisis deskriptif.....	36
4.1.1 karakteristik responden	36
4.2 Hasil penelitian	37
4.2.1 hasil uji instrument penelitian.....	37
4.2.2 hasil uji asumsi klasik.....	40
4.2.3 analisi regresi linear berganda.....	44
4.2.4 hasil uji hipotesis.....	45
4.3 pembahasan.....	49
4.3.1 pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif.....	50
4.3.2 pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.....	50
4.3.3 pengaruh trend fashion dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.....	52
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	19
Tabel 3.1 operasional variabel	23
Tabel 3.2 jumlah mahasiswa FEBI IAIN Kerinci	24
Tabel 3.3 penilaian jawaban	27
Tabel 3.4 klasifikasi tingkat capaian responden (TCR).....	32
Tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin	36
Tabel 4.2 responden berdasarkan jurusan	37
Table 4.3 Hasil Uji Validitas (X1) E-money	38
Table 4.4 Hasil Uji Validitas (X2) Gaya Hidup	38
Table 4.5 Hasil Uji Validitas (Y) Perilaku Konsumtif	39
Table 4.6 Hasil Reliabilitas	40
Table 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	40
Table 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Table 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	42
Table 4.10 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	43
Table 4.11 Hasil Uji Secara Parsial (T).....	46
Table 4.12 Hasil Uji Secara Simultan (F)	47
Table 4.13 Hasil Uji Determinasi (R)	49

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual..... 20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tabulasi Data X1, X2 & Y.....	61
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	64
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	70
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	72
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	73



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara. Perkembangan teknologi ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam sektor ekonomi. Kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Salah satu contohnya adalah dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang disebut pasar, dengan hadirnya pasar dalam wujud digital, yang dikenal sebagai *e-commerce*, transaksi kini dapat dilakukan dengan mudah melalui gawai digital. Istilah “online shopping”, menjadi tren di kalangan milenial dan generasi muda lainnya.

Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Menurut (Wialdy, 2019) peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlihat dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang

disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengenai perbankan.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan dampak positif dan negatif terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan penyedia *e-money* tertentu tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya

Diluar dari beragam kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*, juga terdapat kekurangan atau sisi negatifnya. Salah satu sisi negatif yang muncul di karenakan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* adalah pemborosan, pemborosan sering kali terjadi karena transaksi yang dilakukan melalui *e-money* terasa lebih ringan dibandingkan dengan pembayaran tunai. Hal ini disebabkan karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat sehingga cenderung menggunakan aplikasi *e-money* tanpa berpikir lebih jauh (Ramadhani, 2016). Promosi, diskon dan cashback yang ditawarkan oleh pengembang *e-money* dapat menjerumuskan penggunaan *e-money* tersebut.

Berbagai kegiatan dapat diakses oleh para dewasa seperti kursus kerampilan atau pelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses menuju marketplace serta *e-money*. (Ramadhani, 2016) mengungkapkan promosi dan diskon yang ditawarkan oleh marketplace mampu membuat mahasiswa lebih

konsumtif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masa promo masih berlangsung. Sedangkan jika dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *e-money* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan. Meningkatnya aktivitas berbelanja online juga mampu memicu peningkatan penggunaan *e-money*. Mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan transaksi dengan metode digital *payment* karena berbagai pertimbangan seperti lebih cepat, praktis, dan aman untuk digunakan.

Disamping itu terdapat banyak potongan-potongan harga dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik, wawancara yang dilakukan oleh Ulayya dan Mujiasih (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan hadirnya *e-money* yang dianggap memiliki kepraktisan dan kemudahan dalam pembayaran dimana dan kapanpun. Selain itu para mahasiswa promo cashback yang diberikan oleh layanan *e-money* mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk, karena mereka merasa hal tersebut akan menguntungkan mereka. Promosi yang diberikan ini mengakibatkan sebagian besar mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran, mereka cenderung membeli tanpa berpikir lebih panjang tentang kebutuhan dan kegunaan tersebut.

Fatmasari, (2016) yang menyapaikan perkembangan *e-money* pada kalangan dewasa dapat mengubah perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luar dalam melakukan transaksi keuangan dikarenakan faktor kemudahan dan kepraktisan dalam

menggunakan *e-money* tersebut, trend yang ditanggapi secara positif oleh mahasiswa.

Penggunaan *e-money* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (R.Slamet, 2011).

Hal ini dapat menjadi media yang cukup berpengaruh bagi dewasa dalam mengekspresikan diri, termasuk dalam berperilaku konsumtif. Untuk itu perilaku konsumtif yang mengorbankan kebutuhan dimasa depan demi penawaran diskon yang menarik di masa kini, dapat menjerumuskan seseorang kedalam kondisi kesehatan keuangan yang buruk, selain itu perilaku konsumtif harus dihindari karena dapat menimbulkan masalah keuangan yang lebih mendalam di kemudian hari.

Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa, Dimana perilaku konsumtif terjadi karena berapa faktor yakni sosial, budaya dan masih banyak lagi mahasiswa lebih tergoda dengan adanya potongan harga maupun diskon mereka lebih mementingkan kemauan di bandingkan keperluan yang kenaikan gaya hidup. Perilaku konsumtif memiliki dampak positif yaitu

individu yang memiliki perilaku konsumtif akan merasa kepuasan memiliki rasa kebahagiaan tersendiri.

Sebagaimana Allah berfirman dalam kitab suci al-Quran (Al-Isra :26-27).

إِخْوَانٌ كَانُوا الْمُبْدِرِينَ إِنَّ ۚ تَبْدِيرًا ذَّرْتُهُ وَلَا السَّبِيلِ وَإِنَّ وَالْمَسْكِينِ حَقَّهُ الْقُرْبَىٰ ذَا وَآتِ
ۚ كَفُورًا لِرَبِّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ ۖ الشَّيْطَانِ

Artinya: "dan janganlah kamu menghamburkan hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan". (Al-Isra: 26-27)

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang. Sebenarnya pembelian berulang, atau sikap boros tidak selalu memiliki konotasi yang buruk.

Akan tetapi pada sisi lainnya, pembeli yang royal akan meningkatkan perekonomian khususnya jika pengguna *e-money* mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Namun sikap boros akan menjadi masalah, jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya. Dalam hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap gila belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut.

Dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negatif kepada mahasiswa yang

menggunakannya. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu diharapkan kontrol diri mampu menekan atau mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang.

Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “ **Pengaruh penggunaan *E-Money* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa FEBI IAIN Kerinci**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?
2. bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?
3. Bagaimana penggunaan *e-money* dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berdasarkan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. Maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?

3. Untuk mengetahui pengaruh *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berdasarkan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat pada penelitian yaitu

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya bagi mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai penambahan wawasan bagi peneliti mengenai pangaruh *e-money* terhadap mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini akan dibatasi pada beberapa aspek untuk memastikan fokus dan kedalaman analisis yang tepat. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan dibatasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci, sehingga hasilnya tidak akan digeneralisasi untuk fakultas lainnya.
2. Informasi yang disajikan yaitu pada hal-hal yang berkenaan dengan penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

3. Ruang lingkup hanya meliputi informasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grang Theory *E-Money*

2.1.1 Pengertian *E-money*

E-money yaitu alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik, *e-money* adalah instrument pembayaran yang memenuhi sebagai berikut:

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

Dengan demikian, uang elektronik dapat dikatakan sebagai salah satu inovasi dari instrument pembayaran dengan menggunakan media elektronik tertentu yang dimiliki konsen dan telah mendapat izin serta diatur dalam peraturan Bank Indonesia.

E-money merupakan suatu sistem transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. *E-money* ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit, namun dalam penggunaannya, *e-money* tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian mengisi saldo *e-money* (top-up) dan *e-money* sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya (Dwi Aksami, dan Jember, 2019).

BIS (*Bank for international settlement*) mendefinisikan *e-money* dalam salah satu publikasinya pada bulan oktober 1996, yaitu produk stored-value atau prepaid dimana sejumlah nominal uang disimpan di dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang. Nilai uang akan berkurang ketika dipakai untuk melakukan berbagai jenis transaksi pembayaran (Yuwana, & Hidayah, dkk. 2006).

Penelitian yang dilakukan (Suseco, 2016) mengatakan bahwa *e-money* dapat berkembang pesat di negara-negara yang berpenghasilan rendah dan negara-negara berpenghasilan menengah. *E-money* dapat tumbuh dengan baik seiring dengan meningkatkan perekonomian. Di sisi lain, *e-money* menghadapi kondisi yang suram di negara-negara berpenghasilan tinggi. Hal ini merupakan peluang bagi pemerintah di negara berpenghasilan rendah dan menengah untuk meningkatkan penggunaan uang elektronik. Sementara pada saat yang sama dapat

membangun infrastruktur yang lebih baik dan lebih dapat di distribusikan.

(Adiyanti,2015) mendefinisikan uang elektronik sebagai uang yang digunakan secara elektronik dalam transaksi online. (Ramadani & Laila, 2016) menyatakan bahwa “uang elektronik” adalah produk dengan nilai tersimpan atau Prabayar dimana sejumlah uang tertentu disimpan dalam media elektronik milik orang tertentu. *E-money* merupakan produk keuangan digital yang digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang lebih efektif dibandingkan pembayaran tunai. *E-money* disimpan dalam bentuk dompet digital (e-wallet), sejalan dengan pendapatan tersebut (Dewi & Herawati, 2021).

2.1.2 Indikator *E-Money*

Adapun indikator *e- money* menurut Ramadhani (2019) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Dan Keuntungan

Manfaat penggunaan teknologi informasi didapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan dampak positif atau keuntungan dalam pekerjaannya.

2. Kemudahan Dalam Penggunaan

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan *e-money*. Kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi informasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan .

3. Kepercayaan

Uang elektronik merupakan sebuah produk yang cukup baru di masyarakat, oleh karena itu kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaannya. Pihak penerbit harus mengutamakan kepuasan pelanggan agar dapat membuat masyarakat percaya dengan produk *e-money* yang diterbitkannya.

Lembaga keuangan syariah yang mencakup aspek transaksi, mekanisme, akad, dan manajerial dari produk. Dari aspek transaksi karna bank tidak melakukan pembatasan atau kontrol terhadap breng yang dijual oleh *merchant* yang bekerjasama dengan bank sehingga dikhawatirkan dapat digunakan untuk membeli barang non halal. Akad dalam operasional produk yang menimbulkan ketidak jelasan (*gharar*) dalam kontrak berdasarkan prinsip akad syariah.

2.2 Gaya Hidup

2.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup, seperti didefinisikan oleh (Mowen, 2012), adalah perilaku sehari-hari seseorang, termasuk bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengatur waktunya menurut (Alfred, 2012), gaya hidup mencakup semua aspek perilaku

seseorang yang memiliki arti penting bagi individu atau orang lain suatu lokasi. Aspek-aspek tersebut meliputi interaksi sosial, konsumsi barang, hiburan, dan pakaian.

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari kegiatan, minat dan pedapatnya dalam kehidupan sehari-hari. Dapat diartikan bahwa gaya hidup seseorang dapat dilihat melalui kegiatan rutin sehari-hari, ketertarikan terhadap sesuatu yang dianggap penting dalam lingkungannya dan apa yang dipikirkan sebagai pola di mana manusia menjalani kehidupannya dalam menggunakan uang dan waktunya, gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, seperti bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup mempunyai pengaruh yang kuat dalam Keputusan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan kegiatan seseorang yang dilakukan sehari-hari dan membentuk suatu pola tertentu dalam hal perilaku atau interaksi dengan lingkungan sekitarnya.

Dari pendapat diatas disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan bagaimana individu dalam berperilaku, berpenampilan dan dalam membelanjakan uangnya untuk kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa

secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut. Dari sisi ekonomi, gaya hidup terbentuk dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal pembentuk gaya hidup yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan kebudayaan. Pembentukan gaya hidup pernah dijumpainya, kelas sosialnya, kelompok sosial, keluarganya, dan ciri-ciri pribadinya. Gaya hidup setiap orang mengarah pada eksperimen situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap harapan (Hariyanto,2015).

2.2.1 Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto dan Silvy (2009) indikator gaya hidup diantaranya:

1. *Activities* (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. *Interest* (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
3. *Opinion* (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan

dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya Tindakan alternatif.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Gaya Hidup

Adapun faktor yang dapat memengaruhi gaya hidup menurut amstrong, dibagi menjadi dua faktor yaitu fakto internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

- a. Sikap, adalah hasil evaluasi menyeluruh yang menyebabkan orang memberikan respon secara konsisten terhadap sebuah objek atau alternatif yang diberikan dan memengaruhi secara langsung terhadap perilaku.
- b. Pengalaman, menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Pengalaman diperoleh dari tingkah laku dimasa lalu dan dapat dipelajari melalui seseorang yang dimasa lalu dan dapat dipelajari melalui seseorang yang akan menghasilkan sebuah pengalaman.
- c. Kepribadian, adalah karakteristik dan cara berperilaku individu yang menentukan penyesuaian diri terhadap lingkungannya dan adanya perbedaan di setiap individunya.
- d. Konsep diri, merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri. Konsep diri dapat diartikan sebagai keseluruhan pemikiran

dan perasan individu yang merujuk kepada diri sendiri sebagai suatu objek.

- e. Motif, merupakan dorongan dalam diri manusia yang berasal dari adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi.
- f. Persepsi, adalah merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya.

2. Faktor Eksternal

- a. Kelompok referensi, adalah kelompok kecil di sekitar individu yang menjadi rujukan bagaimana seseorang harus bersikap dan bertingkah laku.
- b. Keluarga, merupakan suatu kelompok yang memiliki interaksi yang cukup berkesinambungan. Keluarga memegang peran terbesar dan terlama dalam membentuk sikap dan perilaku seorang. Keluarga membentuk kebiasaan mereka, yang secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup mereka.
- c. Kelas sosial, adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahun lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam setiap jenjangnya memiliki nilai, dan tingkah laku yang sama.
- d. Kebudayaan, meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

2.3 Perilaku Konsumtif

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan suatu kegiatan atau aktivitas mahasiswa bersangkutan. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari manusia itu sendiri. Perilaku adalah apa yang dikerjakan oleh mahasiswa baik yang bisa diamati secara langsung maupun tidak langsung.

Echols dan Shadiy 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. Dikria dan Mintarti mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah diuraikan di atas, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa mempertimbangkan apakah barang dan jasa yang telah dibelinya berguna atau tidak, masuk ke dalam kebutuhannya atau tidak, sehingga ia melakukan konsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasan maksimal.

Perilaku konsumtif biasanya disangkutkan pada aktivitas konsumen yang terlalu berlebih. Ini menyangkut perilaku mereka

membeli barang-barang mewah yang memperlihatkan kekayaan dan status sosial dari pada memuaskan kebutuhannya yang sebenarnya (Septiansari & Handayani, 2021).

2.3.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat 8 indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yang antara lain:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas kepentingan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
- e. Membeli produk hanya sekedar menjadi simbol status
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- g. Munculnya pemiliran bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Suryo adi prakoso (2017) menyatakan ciri-ciri perilaku konsumtif adalah sebagai berikut.

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan Ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekar pada barang tersebut.

- b. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan
- c. Mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan
- d. Tidak ada skala prioritas

2.3.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Astuti (2016) perilaku konsumsi seseorang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini terjadi karena perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, yaitu:

1. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri consume. Faktor ini meliputi, pendapat konsumen, selera konsumen, pengendalian diri konsumen, dan kebiasaan konsumen.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri konsumen atau dari lingkungan sekitar Dimana konsumen tinggal. Faktor ini meliputi, pengetahuan umum keuangan, harga barang, kebudayaan, barang pengganti, mode barang, dan status sosial.

2.4 Penelitian Relevan

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang dengan judul yang diangkat oleh peneliti.

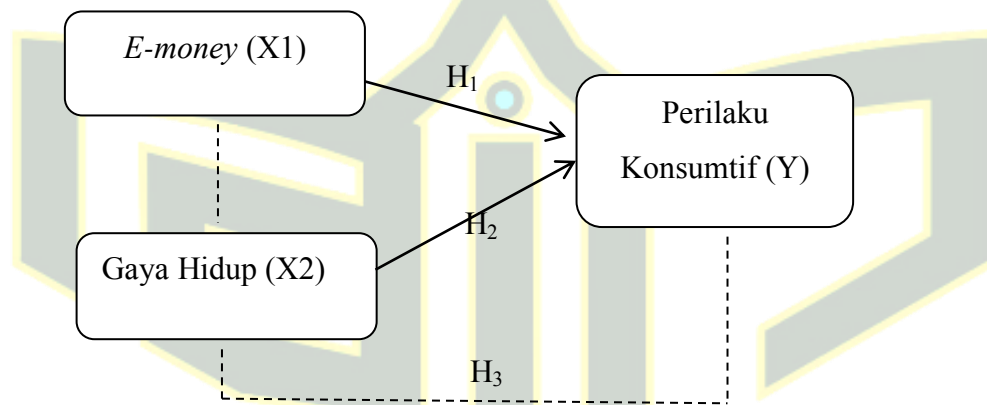
Tabel 2.1
Penelitian Relevan

N0	Peneliti	Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Akmal Pradana & Dimas Pratama	2022	Pengaruh <i>E-Money</i> dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa dalam ekonomi islam (studi kasus mahasiswa ekonomi islam universitas jambi)	<i>E-Money</i> dan Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif	Dari penelitian ini terhadap signifikan dari <i>e-money</i> dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini juga sering dijadikan dasar bagi pengembangan program literasi di kalangan mahasiswa konsumtif secara bijak sesuai prinsip ekonomi islam.
2	Dewi, L.G.K	2021	Penggunaan <i>E-money</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri	Penggunaan <i>e-money</i> , perilaku konsumtif, kontrol diri	Kontrol diri memediasi hubungan antara penggunaan <i>e-money</i> dan perilaku konsumtif mahasiswa
3	Nikmatul Afifah, D.Y.	2022	Pengaruh gaya hidup dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif	Gaya hidup, penggunaan uang elektronik, perilaku konsumtif	Gaya hidup dan penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
4	Mengga, G,S, Batara, M, & Rimpung, E.	2023	Pengaruh literasi keuangan, <i>e-money</i> , gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi universitas kristen indonesia toraja	<i>E-money</i> , gaya hidup, Perilaku konsumtif mahasiswa	Penelitian menunjukkan bahwa <i>e-money</i> dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

5	Dwi Sari, A.N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y.R.	2020	Pengaruh penggunaan uang elektronik (<i>E-money</i>) terhadap perilaku konsumen	Penggunaan uang elektronik (<i>E-money</i>), perilaku konsumen	penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen
---	---	------	---	--	--

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan mode konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Keterangan:

- : Secara parsial
- : Secara simultan

Berdasarkan gambar diatas penulis dapat menjelaskan maksud kerangka pikirnya yaitu: bahwa *e-money* berpengaruh terhadap terhadap perilaku

konsumtif, gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan *e-money* dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif .

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang akan terjadi atau telah terjadi. Hipotesis adalah pernyataan peneliti berupa pernyataan yang spesifik. Penelitian tidak bertahan pada hipotesis yang telah di buat, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau menolak hipotesis tersebut. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang akan diuji kebenarannya jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

H_1 : terdapat pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

H_2 : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

H_3 : Terdapat pengaruh penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung dan berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang di peroleh pada saat penelitian dilakukan (Sugiyono,2013).

3.2 Ruang Lingkup Penelitian Dan Lokasi Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dimaksudkan agar hasil penelitian dan pembahasan pada skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka disini penulis memberikan suatu batasan terhadap pengolahan data dan penyajian data, sedangkan data yang disajikan adalah data yang diperoleh melalui mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

Lokasi pada penelitian ini adalah pada fakultas FEBI IAIN Kerinci.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan. Operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-

konsep yang berupa kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	Perilaku konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan secara berlebihan	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. membeli produk karena kemasannya menarik 3. membeli produk demi menjaga penampilan	Septiansari & Handayani, 2021
2.	<i>E-Money</i> (X ₁)	<i>E-Money</i> merupakan alat pembayaran elektronik yang menyimpan nilai uang dalam media elektronik dan digunakan untuk transaksi pembayaran serta transfer dana tanpa memerlukan rekening bank	1. Mengetahui manfaat yang diperoleh dari penggunaan <i>e-money</i> 2. Kemudahan akses dan efisiensi dalam proses transaksi 3. Penggunaan <i>e-money</i> memberikan rasa percaya diri dan menjadi bagian dari gaya hidup	Nainggolan, 2022
3	Gaya Hidup (X ₂)	Gaya hidup sebagaimana pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang.	1. Aktivies (Kegiatan) 2. Interest (Minat) 3. Opinin (Opini)	Sunarto & Silvy (2009)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan ruang lipkup yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang telah ditentukan oleh peneliti untuk, dipelajari sehingga peneliti mampu menarik kesimpulan dari penelitian tersebut (sugiyono, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024 yang berjumlah 136 orang .

Tabel 3.2

Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Kerinci Berdasarkan Jurusan

Jurusan FEBI IAIN Kerinci	Jumlah mahasiwa perjurusan
Ekonomi syari'ah	40 orang
Perbankan syari'ah	46 orang
Manajemen bisnis syari'ah	27 orang
Manajemen keuangan syari'ah	23 orang
Jumlah	136

3.4.2 Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2017). Sampel menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik sampling menurut Sugiyono, (2016) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi dari mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024 dengan jumlah sampel yang dianggap sudah mewakili/ *representative* dari populasi yang ada.

3.4.3 Ukuran Sampel

Ukuran sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi dari mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024 yaitu sebanyak 31 sampel.

3.4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian (Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, 2015). Dalam penelitian ini anggota sampel, yaitu mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024. Untuk mencari sampel menggunakan rumus *slovin* yaitu:

Diketahui:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = *Mergin of error* yang merupakan besaran kesalahan yang diharapkan atau ditetapkan 5%

Maka berdasarkan rumus :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 136 / (1 + (136 \times 0,025^2))$$

$$n = 136 / (1 + (3,4))$$

$$n = 136 / 4,4$$

$$n = 30,90$$

$$n = 31$$

Jadi, dari perhitungan rumus slovin diatas maka didapatkan hasil sebanyak 31 sampel.

3.5 Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui observasi, pengisian kuesioner pada mahasiswa yang ditujukan sebagai responden dalam penelitian ini. Yang mana pengisian kuesioner nya sesuai dengan pertanyaan yang diberikan.

3.6 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

3.6.1 Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan dan diolah penulis dari sumber asli yaitu yang diperoleh langsung dari pengamatan (observasi) mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

3.6.2 Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan yaitu data yang diperoleh dari jurnal serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari sumber data penelitian ataupun alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.7.1 Observasi

merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti (Sugiyono, 2017).

3.7.2 Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket yang berisi berbagai pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para responden untuk diberi skor atau nilai (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.3
Penilaian Jawaban

Kategori jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7.3 Studi kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi berkaitan dengan objek penelitian (Sugiyono, 2017).

3.8 Instrumen Penelitian

Untuk menggambarkan metode pengumpulan data yang telah ditentukan dibutuhkan alat yang dipakai untuk mengumpulkan data, alat itulah yang disebut dengan instrumen (sugiyono, 2018). Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa instrumen merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen peneliti menepati posisi teramat penting dalam hal ini bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data lapangan. Berdasarkan hal tersebut, maka instrumen penelitian dalam ini adalah berupa kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesabaran suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (sugiyono, 2010). Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila instrument pengumpulan data yang digunakan mampu mengukur apa yang akan diukur, maka data yang dihasilkan dapat dinyatakan valid. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti akan menggunakan metode komputersasi SPSS dengan teknik pengujian bivariate pearson (produk moment pearson).

Adapun rumus menghitungnya adalah:

$$R = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2) \times (N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

R = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor responden setiap item

Y = Skor yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing masing skor X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat masing masing skor Y

N = Jumlah responden

Menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid bila r hitung $>$ r tabel.

3.9.2 Uji realibilitas

Uji realibilitas adalah uji untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsistensi atau keteraturan dari hasil pengukuran. Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrumen yang reable memiliki kriteria data yang dapat dipercaya sehingga data tersebut baik dan dapat dilanjutkan untuk penelitian (Zahriyah et al., 2021).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak, regresi yang baik adalah regresi data yang berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic parametric*, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai *statistic non parametric* (sujarweni, 2015). *Statstik parametric* masyarakat bahwa data setiap variabel akan dianalisis harus berdistribusi

normal. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya:

Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka tidak berdistribusi normal

3.10.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual pengamat dengan kepentingan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan ialah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamat dengan kepengamatan yang lain tetap atau homoskedastisitas.

3.10.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan signifikan (korelasi) antara variabel indenpenden. Uji multikolineartas perlu dilakukan karena jumlah variabel independent lebih dari satu .

3.11.4 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat variabel X dengan Y memiliki hubungan linear atau tidak. Hubungan antara bariabel X dan variabel Y linear apabila nilai sig linearitas lebih kecil dari taraf signifikan 0,60 (Ghozali, 2011).

3.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif. Analisis data adalah bentuk analisis yang menggunakan angka dan perhitungan statistik.

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu (Ghozali, 2011).

Untuk mengetahui tingkat pencapaian responden (TCR) dan kriteria hubungan, digunakan formulasi rumus yang dikembangkan Sogiyono (2010) sebagai berikut:

Tabel 3.4.
Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)

No	Tingkat Capaian Responden (%)	Kriteria
1	90-100	Sangat Baik
2	80-89	Baik
3	65-79	Cukup Baik
4	55-64	Kurang Baik
5	01-54	Tidak Baik

Untuk mengetahui tingkatan pencapaian responden digunakan rumus, sebagai berikut:

$$TCR = \sum_{i=1}^n (T_i \times SL_i)$$

$$\text{Indeks TCR} = \frac{TCR}{Y} \times 100 \%$$

Dimana :

TCR = Tingkat pencapaian responden

T_i = Total skor likert jawaban responden

SL_i = Skor likert sesuai pilihan jawaban responden

Y = Skor tertinggi TCR (skor tertinggi likert x n)

3.11.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linire berganda dengan program computer SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah anlisis regresi bergada yang dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini kegunaan analisis regresi berganda untuk mengetahui penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Uji regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penetian ini, dimana rumusnya:

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + e$$

Dimana :

Y = perilaku konsumtif (variabel dependen)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X_1 = *e-money* (variabel independen)

X_2 = gaya hidup (variabel independen)

e = standar eror

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1. Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel independen (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut (ghozali, 2005):

1. Jika angka probabilitas signifikansi $> 0,5$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (*e-money* dan gaya hidup) secara individual terikat (perilaku konsumtif).
2. Jika angka probabilitas signifikan $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (*e-money* dan gaya hidup) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif).

3.12.2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara-sama atau simultan (Widarjono, 2018). Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikan sebesar 5% atau $\alpha = 0,5$. Dasar penarikan kesimpulan atas pengujian itu adalah sebagai berikut:

1. jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama -sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.12.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besar koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka dapat dikatakan semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sedangkan jika koefisien mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi independen terhadap variabel terikat. Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus mencari koefisien determinasi, sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Kuadrat dan koefisien

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data responden penelitian disajikan agar dapat dilihat dari data penelitian dan hubungan yang ada antara variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian adalah mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024

4.1.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	10	67,7%
Perempuan	21	32,3%
Total	31	100%

Sumber :Data Primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui jenis kelamin responden mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 21 orang. Sedangkan sisanya adalah laki-laki responden

sabanyak 10 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa FEBI IAIN Kerinci angkatan 2024 adalah perempuan

2. Berdasarkan Jurusan

Respoden berdasarkan umur dapat ditujukan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Respoden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah	Presentase
Ekonomi Syariah	17	54,8%
Perbankan Syariah	6	19,4%
Manajemen Bisnis Syariah	0	0%
Manajemen Keuangan Syariah	8	25,8%
Total	31	100%

Sumber : Data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.2 di atas,menunjukan bahwa responden dengan jurusan ekonomi syariah adalah 17 orang dan responden dari perbankan syariah adalah 6 orang, responden manajemen bisnis syariah 0 orang, responden sebanyak 8 orang.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Sebuah butir pertanyaan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai bel diperoleh melalui hasil dari *Degre of Freedom* yaitu $DF= n-2$ dengan “n” merupakan jumlah sampel. Selain itu, taraf signifikan dari r_{tabel} yaitu

sebesar 5% jadi $DF = 31 - 2 = 29$, maka nilai dari r_{tabel} jika dilihat pada tabel r adalah 0,355 yang artinya nilai r_{hitung} harus diatas angka 0,355 dan dikatakan butir pernyataan tersebut valid. Hasil analisis menggambarkan bahwa semua butir pernyataan pada *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif bisa digunakan karena nilai r_{hitung} lebih tinggi dari nilai r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat uji validitas.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel (X1) *E-monay*

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>E-money</i> (X1)	P1	0,868	0,355	Valid
	P2	0,940	0,355	Valid
	P3	0,895	0,355	Valid
	P4	0,883	0,355	Valid
	P5	0,662	0,355	Valid

Sumber: pengolahan SPSS V.25

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.3 tersebut, seluruh butir instrumen pernyataan valid, hal tersebut dapat dibuktikan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel (X2) Gaya Hidup

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X2)	P1	0,464	0,355	Valid
	P2	0,450	0,355	Valid
	P3	0,534	0,355	Valid
	P4	0,589	0,355	Valid
	P5	0,692	0,355	Valid
	P6	0,718	0,355	Valid
	P7	0,447	0,355	Valid
	P8	0,467	0,355	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS V.25

Berdasarkan hasil uji validitas data diatas, dinyatakan bahwa item-

item pertanyaan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Perilaku Konsumtif

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	P1	0,368	0,355	Valid
	P2	0,557	0,355	Valid
	P3	0,386	0,355	Valid
	P4	0,454	0,355	Valid
	P5	0,566	0,355	Valid
	P6	0,508	0,355	Valid
	P7	0,533	0,355	Valid
	P8	0,422	0,355	Valid

Sumber: pengolahan SPSS V.25

Yang mana hasil dari uji validitas dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel Y ini dari keseluruhan yang mana terdapat 8 pertanyaan dan dengan nilai 0,05% yang mana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil dari uji validitas ini dianggap Valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, berikutnya melakukan uji reliabilitas pada setiap instrumen penelitian. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran menggunakan instrumen penelitian ini tetap *reliabel*, meskipun dilakukan pengukuran berulang dan hasil akhirnya akan tetap sama. Alat ukur yang digunakan adalah *cronbach alpa* melalui program *SPSS V 25*. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpa* $>0,60$. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut

Tabel 4.6
Reliabilitas Statistics

No	Variabel	Reliabilitas coefficient	Cronbach alpha	Keterangan
1	E-money	5 item pernyataan	0,907	Valid
2	Gaya Hidup	8 item pernyataan	0,660	Valid
3	Perilaku Komsuntif	8 item pernyataan	0.504	Valid

Sumber : data diolah 2025

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas diperoleh untuk mengetahui apakah bahwa ada data yang diperoleh dari hasil penelitian ini berdistribusi normal atau tidak.

Untuk menguji data normalitas ini menggunakan program SPSS V 25. Uji data tersebut juga menggunakan one-sample kolmogorov-smirnov dengan nilai signifikan 0,05. Bila berdistribusi normal data tersebut bernilai $> 0,05$ maka H_0 diterima, jika data tersebut tidak berdistribusi normal bernilai $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.92456498
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.094
	Negative	-.179
Kolmogorov-Smirnov Z		.179
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data: pengolahan SPSS V.25

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,013 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan *uji glaser*, *uji glaser* adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
1 <i>E-money</i>	.455	.283	.290	1.608	.119
Gaya Hidup	.127	.206	.111	.616	.543

a. Dependent Variable: RES2

sumber data: pengolahan SPSS V.25

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi *e-money* sebesar 0,119, dan Gaya Hidup sebesar 0,543 sehingga secara keseluruhan variabel X memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari nilai P 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dari data yang diperoleh.

3. Hasil uji multikolinearitas

Multikolinearitas untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika ditandai dengan tidak terjadinya interkolerasi antar variabel indeveden (tidak terjadi gejala Multikolinearitas. Untuk mengetahui akurat atau tidaknya gejala Multikolinearitas yaitu menggunakan metode *tolerance* dan *VIF (Variance Infatian Factor)*. Nilai *tolerance* yang dipakai untuk mengetahui Multikolinearitas adalah nilai *tolerance* jika lebih dari $>0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas dan jika nilai *VIF* lebih kecil dari $<10,00$ maka tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 <i>E-money</i>	.984	1.016
Gaya Hidup	.984	1.016

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: pengolahan SPSS V 25

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,984 > 0,10$ dan nilai *VIF* $1.016 < 10,00$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas.

4. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyarat dalam analisis

kolerasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

Tabel 4.10
Anova Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku konsumtif * E-money	Between Groups	(Combined)	498.387	11	45.308	2.742	.026
		Linearity	74.975	1	74.975	4.537	.046
		Deviation from Linearity	423.412	10	42.341	2.562	.037
	Within Groups		314.000	19	16.526		
	Total		812.387	30			

Sumber: pengolahan SPSS V 25

Berdasarkan tabel di atas hasil uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (P Value Sig.) pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,037 Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel e-money (X1) dan perilaku konsumtif (Y) terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.11
Anova Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku konsumtif * Gaya hidup	Between Groups	(Combined)	180.837	9	20.093	.668	.728
		Linearity	17.674	1	17.674	.588	.452
		Deviation from Linearity	163.163	8	20.395	.678	.705
	Within Groups		631.550	21	30.074		
	Total		812.387	30			

Sumber: pengolahan SPSS V 25

Berdasarkan tabel di atas hasil uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (P Value Sig.) pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,705

Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel gaya hidup (X1) dan perilaku konsumtif (Y) terdapat hubungan yang linier.

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependent). Modal analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS V 25

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
	Gaya Hidup	.127	.206	.111	.616	.543
	E-money	.455	.283	.290	1.608	.119

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif
Sumber :Pengolahan SPSS V 25

Berdasarkan tabel 4.12 output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 30,462 + 0,127X_2 + -0,455X_1$$

Dari persamaan persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan:

- a. Konstanta sebesar 30,462 menyatakan bahwa tanpa adanya *e-money* dan gaya hidup, maka perilaku konsumtif akan tetap terbentuk sebesar 30,462.
- b. Nilai regresi sebesar 0,455 (positif), artinya variabel *e-money* (X1) dengan asumsi variabel gaya hidup (X2) dalam keadaan tetap, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,127 satuan. Koefisien bernilai positif antara *e-money* terhadap perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh positif terhadap Y.
- c. Nilai regresi 0,127X₂ (positif), artinya variabel gaya hidup (X2) dengan asumsi variabel *e-money* (X1) dalam keadaan tetap, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,127 satuan. Koefisien bernilai positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa variabel X2 mempunyai pengaruh positif terhadap Y.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikan variabel indenpenden mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri.

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan signifikan sebesar 0,05, adapun syarat uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Tabel 4.13
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
	E-money	.455	.283	.290	1.608	.119
	Gaya hidup	.127	.206	.111	.616	.543

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif
Sumber : Pengolahan SPSS V 25

Untuk mencari hasil t maka diperlukan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t \text{ Tabel} &= [\alpha; (df = n-k)] \\
 &= [5\% ; (df = 31-3)] \\
 &= (0,05 ; 28) \\
 &= 1,701
 \end{aligned}$$

Keterangan:

a = 0,05 (5%)

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah sampel (responden)

Hasil pengujian hipotesis secara persial melalui uji t diperoleh thitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa:

- a. Variabel *e-money* dengan t hitung sebesar 1,608 dan nilai t tabel sebesar 1,701 dan nilai signifikan pada variabel *e-money* yaitu $0,119 > \alpha 0,05$ dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian secara empiris H1 diterima dan menolak Ho, maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel *trend fashion* berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- b. Variabel gaya hidup dengan t hitung sebesar 0,127 dan nilai t tabel sebesar 1,701 dan nilai signifikansi pada variabel gaya hidup yaitu $0,543 < \alpha 0,05$ dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian

2. Hasil Uji F

Uji hipotesis secara simultan digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F penelitian ini dapat dilihat melalui tabel anova^b berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.847	2	42.423	1.633	.213 ^b
	Residual	727.540	28	25.984		
	Total	812.387	30			

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, E-money

Sumber : Pengolahan SPSS V 25

Untuk mencari F tabel maka memerlukan rumus:

$$\begin{aligned} F \text{ Tabel} &= df (N1) = k-1 \\ &df (N1) = 3-1 \\ &df (N1) = 2 \\ &df (N2) = n-k \\ &= 31-3 \\ &= 28 \end{aligned}$$

Keterangan:

K = Jumlah variabel *independen* (bebas)

n = Jumlah sampel (*responden*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui aplikasi SPSS 25 seperti pada tabel *Anova*^b diatas menunjukkan adanya pengaruh secara simultan atau pengaruh secara bersama-sama antara variabel *e-money* (X1), gaya hidup (X2), terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Hal ini ditandai dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang di peroleh dari output data olahan aplikasi *spss v 25* yaitu $1.633 > 3,34$ maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,213 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,213 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan *e-money* dan gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, melalui pengujian serentak. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat

ketepatan dari analisis *regresi linear* berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 nilai R² yang kecil berarti variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi *dependen*. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Determinasi (R)

Model Summary^b

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.323 ^a	.104	.040

a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, E-money

b. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber :Pengolahan SPSS V 25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji R² diketahui nilai R Square sebesar 0,104, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh *e-money* (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap Perilaku konsumtif (Y) secara simultan adalah sebesar 0,104, (10,4 %).

4.3 Pembahasan

Setelah melakukan analisis uji di atas, hipotesis dapat diuji menggunakan uji f serta uji t. Hasil yang dijelaskan tersebut mengenai pengaruh *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan dari pengujian tersebut memperlihatkan adanya dampak positif dan signifikan bagi tindakan konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Dan berdampak positif signifikan terhadap Gaya Hidup bagi tindakan konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

4.3.1 Pengaruh *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel *E-money* berpengaruh terhadap tindakan konsumtif di mahasiswa FEBI IAIN Kerinci. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang tertera pada tabel 4.10 yang menjelaskan bahwa t hitung $>$ nilai t tabel = $1,608 > 1,701$ serta angka signifikan gaya hidup yakni $0,01 < 0,05$. Jadi, *e-money* berdampak bagi tindakan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini sejalan dengan riset (Yuliana, 2021) bahwasanya *e-money* berdampak positif signifikan bagi tindakan perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut (Idriayu, 2018) ketentuan dalam pengambilan keputusan Konsumen yang terlihat “irasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau trend. Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal biasa, selama membeli itu benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau yang benar-benar dibutuhkan (primer). Oleh karena manusia perlu belajar bagaimana

menentukan pilihan, hal inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi (economic) membantu setiap individu dalam memenuhi kebutuhan dengan baik dan terhindar dari kerugian financial.

4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Kasali (2017) sebagaimana dikutip oleh Dwiastuti, Shinta, dan Isaskar gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Supranto dalam Yunita dan Artanti (2019) juga mengungkapkan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana individu tersebut hidup, membelanjakan uang mereka, serta menghabiskan waktu mereka. Gaya hidup memiliki kecenderungan terhadap sifat atau karakteristik dari perilaku yang menginginkan keseluruhan kehidupan dengan kesenangan yang dapat dirasakan dan memuaskan. Perilaku konsumtif terbentuk dengan sendirinya dan sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup

Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa antara lain keterampilan, keahlian, bakat, lingkungan, teman sebaya, dan media social. Selain itu, literasi keuangan, kualitas pembelajaran, dan pengendalian diri juga ikut berperan dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh perkembangan e-commerce dan teknologi, yang mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,618 < 1,70$), jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri Nomiasari (2017) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun 2019).

4.3.1 Pengaruh *E-money* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji F bahwa variabel independen penggunaan *e-money* dan gaya hidup kedua variabel tersebut sama-sama mempengaruhi variabel dependen perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci adalah $0,01 < 0,05$ dan $f_{hitung} < f_{tabel}$ ($1,633 < 3,34$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel penggunaan *e-money* (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAN Kerinci.

Kemudian berdasarkan uji R² (determinasi) dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,104 atau sebesar 1,04%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci dipengaruhi oleh penggunaan *e-money* dan gaya hidup sebesar 1,04%. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda

menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel penggunaan *e-money* (X1) sebesar 0,455 dan variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,127.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairun Najwa (2023) dengan judul pengaruh *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dalam ekonomi Islam (studi kasus mahasiswa ekonomi Islam universitas Jambi). Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Kerinci berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan. Jadi dapat disimpulkan hubungan antara variabel penggunaan *e-money* (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah sama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kerinci.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan analisis data mengenai pengaruh penggunaan *e-money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI IAIN Kerinci dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Kerinci yang dapat dibuktikan dengan melihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,608 > 1,701$), maka H_{a1} diterima.
2. Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kerinci yang dapat dibuktikan dengan melihat bahwa $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} . ($0,618 < 1,70$), maka H_{a2} diterima
3. Terdapat pengaruh *e-money* dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kerinci yang dapat dibuktikan dengan melihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1,633 < 3,34$), maka H_{a3} diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-

variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumsif, selain dari *e-money* dan gaya hidup untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money (study kasus : mahasiswa universitas brawijaya). jurnal ilmiah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya.
- Alfred, A. (2012). perilaku konsumen. jakarta: erlangga.
- Badri, M. 2020, adopsi inovasi aplikasi dompet digital di kota pekanbaru inovbiz: juranal inovasi bisnis.
- Dewi, L. K., & Herawati, N. T. (2021). Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Volume 5 Nomor 1.
- Fatmasari, D. Dan S.W.(2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK.4(1)
- Isnu Yuwana Darmawan, Siti Hidayah, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah Aulia Fadlay,"Kajian Oprasional E-Money"
- Mowen. (2012). perilaku konsumen. jakarta: erlangga.
- Nanggolan, H. (2022). Pengaruh lietas keuangan, kontrol diri dan penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT.Pertamina Balikpapan. Jurnal ekonomi dan ekonomi syariah
- Ni Made Dwi Aksami And I Made Jumber, "Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Dempasar"
- Pulungan, D. R. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. jurnal riset sains manajemen volume 2, nomor 3.
- R.Slamet, T. dan. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

- Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*,
<https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Suseco, T. (2016). Effect Of E-Money To Economic Performance (A Comparative Study Of Selected Countries) The 2016 International Conference Of Management Sciences,
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen-teori dan praktik*. Bandung: pustaka setia.
- Ulayya, S. Dan E. Mujiasih.2020. Hubungan Antara Seif Control Dengan Perilaku Komsumtif Penguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro: *Jurnal Empati*
- Wialdy,G.T.I. dan K. (2019). Memprediksi Hubungan Variabel Anterden Dari Niat Untuk Menggunakan Analisis Epiris Pada Aplikasi E-money.
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-2006.aspx>
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management Global Edition*, vol. 15E (Pearson Education Limited, 2016):
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>.
- Rahmawaty, *Perilaku Konsumen Konsep, Teori dan Analisis*.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu.

Saya Dari Institute Agama Negeri (IAIN) Kerinci, Program Studi Ekonomi Syariah. Saya mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian mata kuliah Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWA FABI IAIN KERINCI”**

Identitas Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () laki – laki () Perempuan
3. Jurusan :

Petunjuk Pengisian

- 2.1 Isilah identitas anda pada tempat yang telah disediakan.
- 2.2 Bacalah dengan seksama pertanyaan sebelum anda memberi jawaban.
- 2.3 Berilah tanda (√) pada jawaban yang sesuai, dimohon tidak melewatkan pertanyaan.

Keterangan Skor:

No.	Skor	Keterangan
1.	5	Sangat Setuju (SS)
2.	4	Setuju (S)
3.	3	Ragu-Ragu (R)
4.	2	Tidak Setuju (TS)
5.	1	Sangat Tidak Setuju (STS)

DAFTAR PERTANYAAN

1. E-money (X₁)

No	Mengetahui manfaat yang diperoleh dari penggunaan e-money	Alternatif jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Penggunaan e-money membuat transaksi sehari-hari menjadi lebih mudah					
2	Penggunaan e-money membantu saya menghemat waktu dalam melakukan pembayaran					
3	Penggunaan e-money membantu saya dalam mengelola keuangan pribadi saya dengan lebih baik					
Kemudahan akses dan efisiensi dalam proses transaksi						
4	Saya merasa bahwa e-money memberikan kemudahan akses dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja					
5	Saya menghabiskan lebih sedikit waktu untuk menyelesaikan transaksi ketika menggunakan e-money					

2. Gaya hidup (X₂)

No	Aktivitas (activity)	Alternatif jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Mengunjungi tempat-tempat nongkrong menjadi salah satu hobi saya dalam memanfaatkan waktu senggang.					
2	Ketika penat atau suntuk, saya pergi nongkrong bersama teman untuk mencari hiburan.					
Minat (interest)						
3	Saya lebih banyak menghabiskan waktu diluaran kampus walau hanya sekedar untuk nongkrong di café.					
4	Saya suka mengerjakan tugas di tempat nongkrong seperti di kafe.					
5	Saya menghabiskan uang untuk bersenang-senang					

	dengan teman-teman.					
Opini (opinion)						
6	Menurut saya dengan nongkrong di kafe biar meringankan beban pikiran, sehingga merasa tenang.					
7	Menurut saya, Mahasiswa nongkrong di kafe hanya untuk gaya-gaya saja.					
8	Nongkrong di kafe agar terlihat eksis dan menunjukkan gaya hidup yang lebih maju dan produktif.					

3. Perilaku konsumtif (Y)

No	Membeli produk karena penawaran khusus (adanya diskon)	Alternatif jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli barang karena di iming-iming diskon					
2	Saya tidak tertarik membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik					
3	Saya tertarik membeli barang-barang yang dipakai oleh artis di televisi maupun di social media					
Membeli produk karena penampilan menarik						
4	Saya menggunakan produk mahal untuk menjaga penampilan dan menarik perhatian orang					
5	Saya membeli suatu barang atau produk terbaru agar dapat dipuji oleh teman-teman saya					
Membeli produk demi menjaga penampilan						
6	Saya membelanjakan uang saya hanya untuk mengubah penampilan saya menjadi lebih berkelas atau bergengsi					
7	Saya membeli baju baru karena gengsi berkelas					
8	Saya membeli produk dengan harga mahal agar memiliki rasa percaya diri saat mengenakannya					

LAMPIRAN 2

HASIL KUESIONER TABULASI DATA

1. Hasil Kuesioner Variabel E-money (X1)

No	1	2	3	4	5	TOTALX1
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	4	18
4	5	5	5	5	4	24
5	4	2	3	2	3	14
6	4	4	4	4	4	20
7	2	2	2	2	1	9
8	4	4	4	4	4	20
9	5	5	4	4	3	21
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	4	4	20
12	4	3	4	3	4	18
13	1	1	1	3	4	10
14	5	5	4	5	4	23
15	2	3	4	2	4	15
16	3	4	4	4	4	19
17	4	4	4	5	5	22
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20

2. Hasil Kuesioner Variabel Gaya Hidup (X2)

N0	1	2	3	4	5	6	7	8	Total X2
1	4	4	4	2	2	1	3	2	22
2	5	4	3	2	2	2	5	2	25
3	2	1	1	2	2	1	4	3	16
4	5	5	4	2	2	5	5	1	29
5	3	2	2	4	2	2	3	5	23
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	1	1	3	4	4	4	4	4	25
8	3	2	2	2	2	2	2	2	17
9	4	2	3	2	3	4	3	5	25
10	4	4	2	1	2	1	5	5	25
11	4	4	3	2	3	4	3	3	26
12	5	5	4	4	2	4	3	4	31
13	3	3	4	3	4	5	5	4	31
14	2	4	2	1	1	1	5	4	20
15	3	3	2	1	3	4	2	2	20
16	4	4	4	4	3	4	3	3	29
17	3	2	2	4	1	2	4	2	20
18	4	4	4	2	2	2	3	2	23
19	4	4	3	2	2	2	4	2	23
20	4	4	4	2	2	1	3	2	22
21	4	4	4	2	2	1	3	2	22
22	4	4	4	2	2	1	3	2	22
23	4	4	4	2	2	1	3	2	22
24	4	4	4	2	2	1	3	2	22
25	4	4	4	2	2	1	3	2	22
26	4	4	4	2	2	1	3	2	22
27	4	4	4	2	2	1	3	2	22
28	4	4	4	2	2	1	3	2	22
29	4	4	4	2	2	2	5	2	23
30	4	4	4	2	2	1	3	2	22
31	4	4	4	2	2	1	3	2	22

3. Hasil Kuesioner Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

N0	1	2	3	4	5	6	7	8	Total Y
1	3	4	3	3	1	1	1	1	17
2	5	2	4	1	1	1	1	2	17
3	3	5	3	2	1	2	2	2	20
4	1	3	4	2	1	1	1	1	11
5	1	3	4	2	1	3	3	5	22
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	4	4	4	4	4	4	31
8	2	4	2	2	5	3	4	5	27
9	1	5	3	4	3	4	3	5	28
10	1	1	1	5	1	1	3	1	14
11	4	2	2	1	4	5	1	4	23
12	4	3	4	2	3	5	2	1	24
13	1	5	1	4	3	4	5	3	26
14	4	2	5	3	1	5	1	1	22
15	3	4	1	4	3	1	2	2	20
16	5	4	4	4	5	4	3	3	32
17	4	2	3	1	3	4	1	4	22
18	3	3	4	3	5	3	2	3	26
19	4	2	4	5	1	4	1	2	23
20	2	3	3	5	5	5	4	1	28
21	4	5	5	3	5	2	2	2	28
22	5	4	3	5	2	3	4	3	29
23	2	3	4	3	1	5	1	5	24
24	5	4	2	5	2	1	5	1	25
25	5	5	3	4	1	5	3	3	29
26	2	3	1	3	4	4	1	4	22
27	4	4	5	4	2	1	4	4	28
28	4	4	3	5	1	5	5	1	28
29	3	5	4	3	5	3	1	5	29
30	5	4	3	5	3	4	4	2	30
31	3	5	4	3	4	3	2	5	29

LAMPIRAN 3
HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN
1. Hasil Uji Validitas X1 (*e-money*)

		Correlations					
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Total X1
Item_1	Pearson Correlation	1	.841**	.770**	.675**	.340	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.062	.000
	N	31	31	31	31	31	31
Item_2	Pearson Correlation	.841**	1	.854**	.806**	.448*	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.012	.000
	N	31	31	31	31	31	31
Item_3	Pearson Correlation	.770**	.854**	1	.652**	.524**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	31	31	31	31	31	31
Item_4	Pearson Correlation	.675**	.806**	.652**	1	.626**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	31	31	31	31	31	31
Item_5	Pearson Correlation	.340	.448*	.524**	.626**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.062	.012	.002	.000		.000
	N	31	31	31	31	31	31
Total X1	Pearson Correlation	.868**	.940**	.895**	.883**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

N	31	31	31	31	31	31
---	----	----	----	----	----	----

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

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

2. Hasil Uji Validitas X2 (Gaya Hidup)

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Total X2
Item_1	Pearson Correlation	1	.790**	.558**	-.056	-.043	.033	.063	-.172	.464**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.766	.820	.859	.736	.355	.009
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_2	Pearson Correlation	.790**	1	.694**	-.140	-.085	-.032	.126	-.233	.450*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.451	.649	.865	.499	.207	.011
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_3	Pearson Correlation	.558**	.694**	1	.204	.276	.087	-.045	-.256	.534**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.272	.133	.640	.810	.164	.002
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_4	Pearson Correlation	-.056	-.140	.204	1	.485**	.504**	.121	.445*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.766	.451	.272		.006	.004	.515	.012	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_5	Pearson Correlation	-.043	-.085	.276	.485**	1	.722**	.146	.471**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.820	.649	.133	.006		.000	.432	.007	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

Item_6	Pearson Correlation	.033	-.032	.087	.504**	.722**	1	.242	.367*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.859	.865	.640	.004	.000		.189	.042	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_7	Pearson Correlation	.063	.126	-.045	.121	.146	.242	1	.330	.447*
	Sig. (2-tailed)	.736	.499	.810	.515	.432	.189		.070	.012
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_8	Pearson Correlation	-.172	-.233	-.256	.445*	.471**	.367*	.330	1	.467**
	Sig. (2-tailed)	.355	.207	.164	.012	.007	.042	.070		.008
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Total X2	Pearson Correlation	.464**	.450*	.534**	.598**	.692**	.718**	.447*	.467**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.011	.002	.000	.000	.000	.012	.008	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

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

3. Hasil Uji Validitas Y (Perilaku Konsumtif)

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_5	Item_6	Item_6	Item_7	Item_8	Total Y
Item_1 Pearson Correlation	1	.042	.390*	.143	-.003	.090	.051	-.231	.368*
Sig. (2-tailed)		.821	.030	.442	.987	.630	.785	.212	.042

N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_2 Pearson Correlation	.042	1	.078	.229	.278	-.042	.392*	.265	.557**
Sig. (2-tailed)	.821		.677	.215	.130	.824	.029	.150	.001
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_3 Pearson Correlation	.390*	.078	1	-.077	.041	.169	-.158	.143	.386*
Sig. (2-tailed)	.030	.677		.682	.827	.364	.397	.442	.032
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_4 Pearson Correlation	.143	.229	-.077	1	-.007	.098	.628**	-.230	.454*
Sig. (2-tailed)	.442	.215	.682		.971	.601	.000	.214	.010
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_5 Pearson Correlation	-.003	.278	.041	-.007	1	.213	.115	.368*	.566**
Sig. (2-tailed)	.987	.130	.827	.971		.250	.537	.042	.001
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_6 Pearson Correlation	.090	-.042	.169	.098	.213	1	.063	.224	.508**
Sig. (2-tailed)	.630	.824	.364	.601	.250		.736	.225	.004
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Item_7 Pearson Correlation	.051	.392*	-.158	.628**	.115	.063	1	-.042	.533**

K E R I N C I

	Sig. (2-tailed)	.785	.029	.397	.000	.537	.736	.822	.002	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	
Item_8	Pearson Correlation	-.231	.265	.143	-.230	.368*	.224	-.042	1	.422*
	Sig. (2-tailed)	.212	.150	.442	.214	.042	.225	.822		.018
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Total Y	Pearson Correlation	.368*	.557**	.386*	.454*	.566**	.508**	.533**	.422*	1
	Sig. (2-tailed)	.042	.001	.032	.010	.001	.004	.002	.018	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

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



4. **Reliabilitas X1 (*e-money*)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

5. **Reliabilitas X2 (Gaya Hidup)**

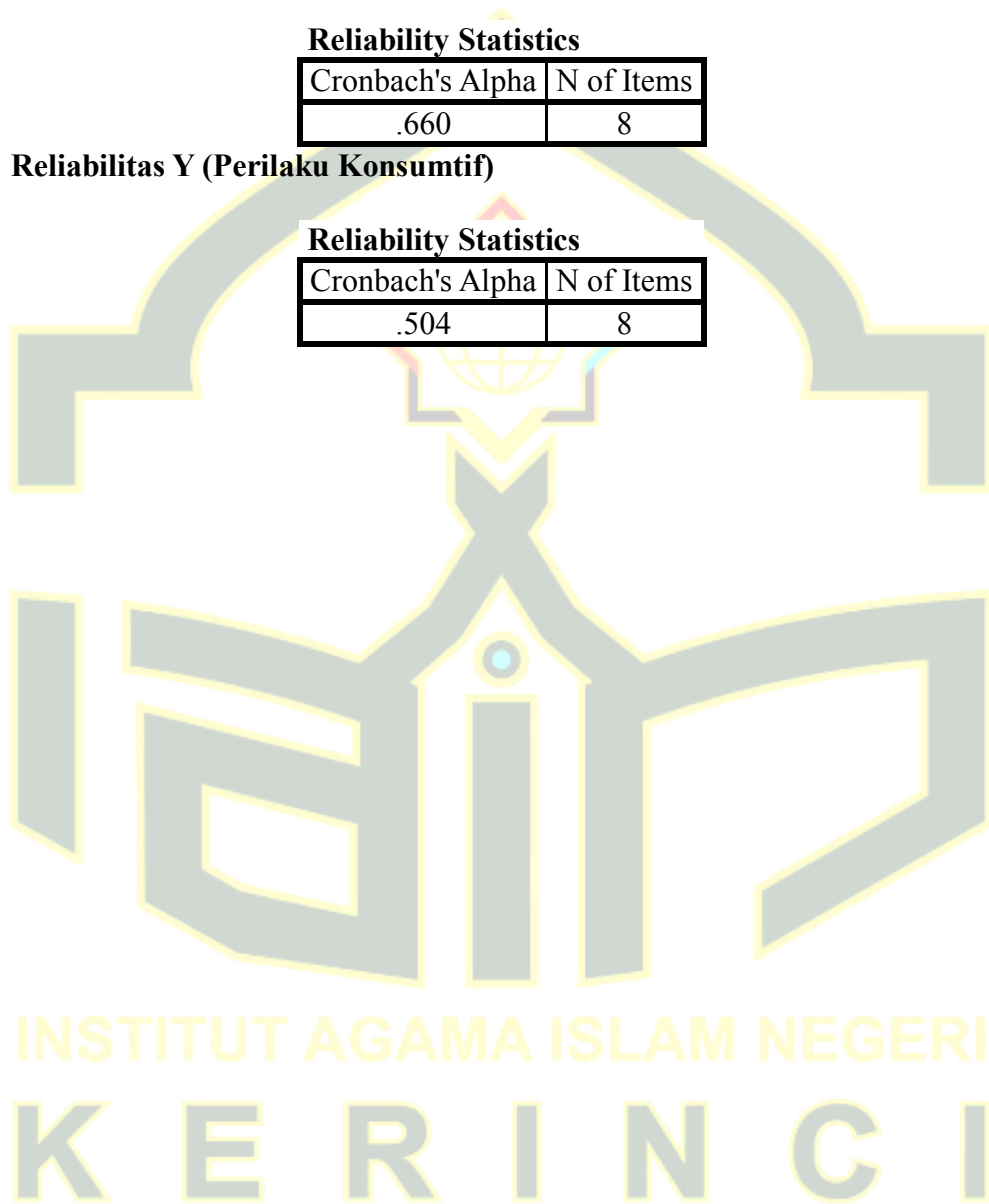
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	8

6. **Reliabilitas Y (Perilaku Konsumtif)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.504	8



LAMPIRAN 4

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

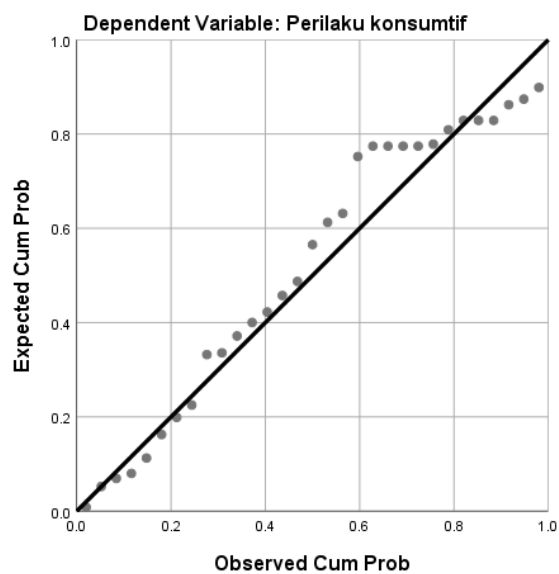
		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.92456498
Most Extreme Differences	Absolute	.179
	Positive	.094
	Negative	-.179
Test Statistic		.179
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



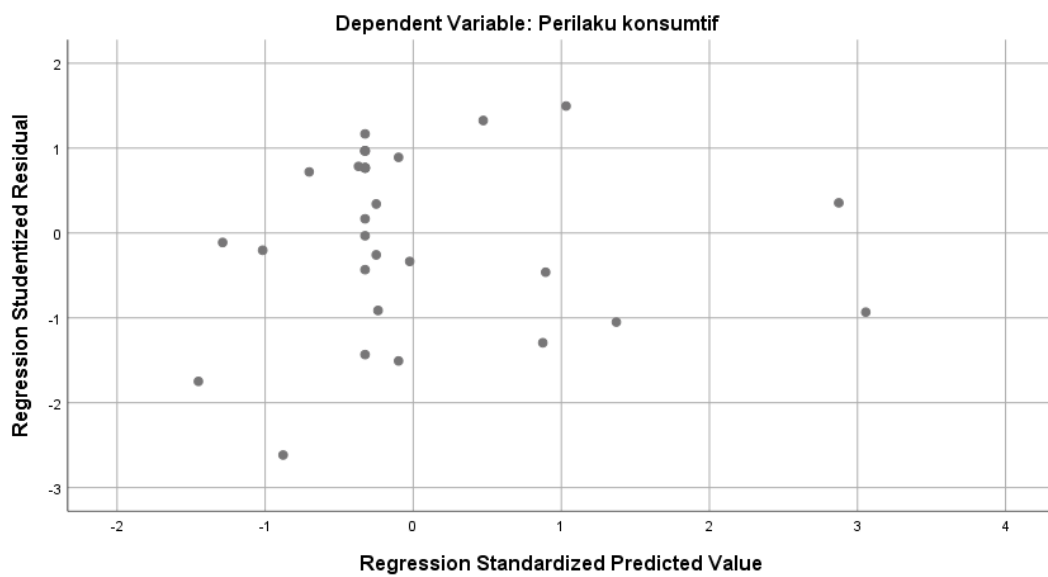
2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
	E-money	.455	.283	.290	1.608	.119
	Gaya hidup	.127	.206	.111	.616	.543

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Scatterplot



3. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	E-money	0,984	1.016
	Gaya Hidup	0,984	1.016

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

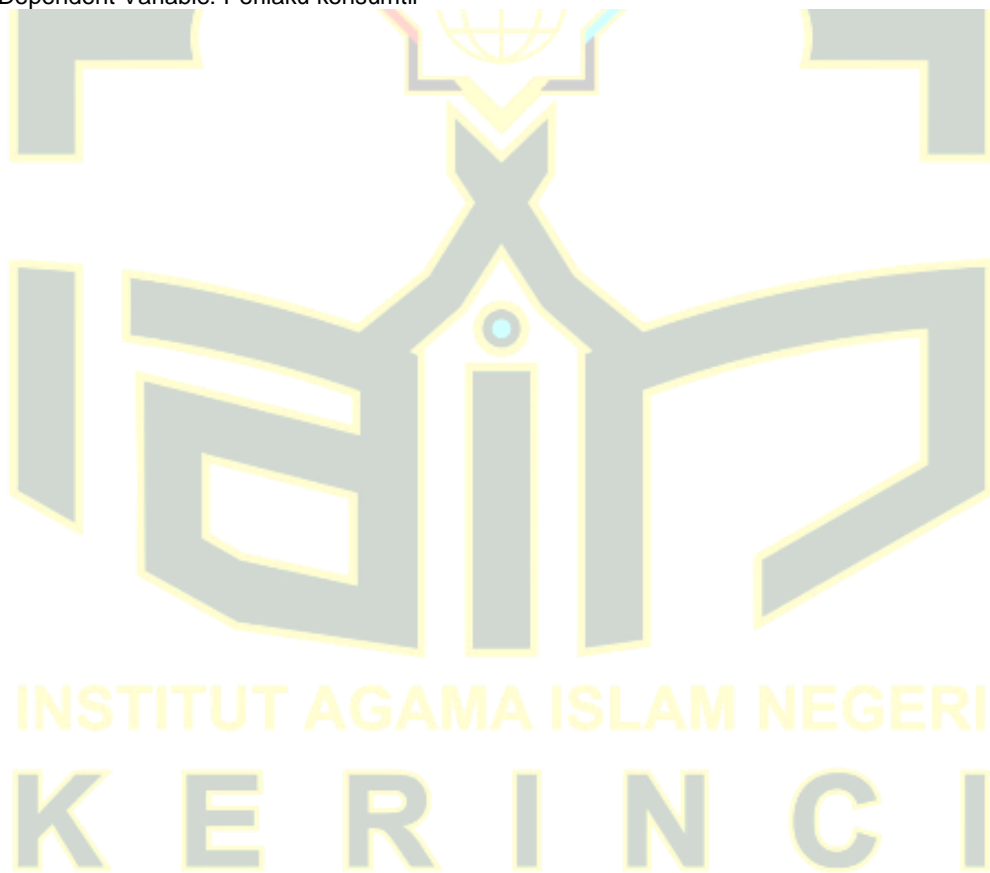
LAMPIRAN 5

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
	E-money	.455	.283	.290	1.608	.119
	Gaya hidup	.127	.206	.111	.616	.543

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif



LAMPIRAN 6

HASIL UJI HIPOTESIS

1. Uji Secara Parsial (T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	30.462	7.823		3.894	.001
	E-money	-.455	.283	-.290	-1.608	.119
	Gaya hidup	.127	.206	.111	.616	.543

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber : data diolah 2025

2. Uji Secara Simultan (F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.847	2	42.423	1.633	.213 ^b
	Residual	727.540	28	25.984		
	Total	812.387	30			

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, E-money

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.323 ^a	.104	.040	5.097

a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, E-money

b. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap : NOVIA MALA SARI
Tempat/Tanggal Lahir : Lolo Gedang, 15 agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Lolo gedang
Ayah : Sidi
Ibu : Noparmawati

Riwayat Pendidikan

No	Pendidikan	Tempat	Tahun Lulus
1	Sd No 29 / III pasar kerman	Lolo gedang	2015
2	Smp Negeri 11 kerinci	Lolo gedang	2018
3	Sma Negeri 10 kerinci	Lolo gedang	2021
4	IAIN Kerinci	Sungai penuh	2025

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI