

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* SHOPEEPAY DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**ZAHRATUD DINIAH**

**NIM : 501190268**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA  
SAIFUDDIN JAMBI  
2023**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zahratud Diniah

Nim : 501190268

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : **“Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay dan *Locus of Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, 26 Juni 2023

Pembuat Pernyataan



Zahratud Diniah

501190268

Jambi, 26 Juni 2023

Pembimbing I : Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si

Pembimbing II : Beid Fitrianova Andriani, S.T., M.E

Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Jalan Jambi-Muara Bulian No. KM. 16, Mendalo Darat, kec.

Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi 36657

Website : <https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Di-

Jambi

### NOTA DINAS

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Zahratud Diniyah NIM : 501190268 yang berjudul : **“Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”** telah disetujui dan dapat diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikian nota dinas ini kami dibuat, kami ucapkan terimakasih. Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**Yang menyatakan,**

Dosen Pembimbing I



**Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si**  
NIP. 197909022007102001

Dosen Pembimbing II



**Beid Fitrianova Andriani, S.T., M.E**  
NIDN. 2008091101



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-iainstsjambi.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-495/D.V/PP.00.9/07/2023

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay dan *Locus of Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Zahratud Diniah  
NIM : 501190268  
Tanggal ujian skripsi : 13 Juli 2023  
Nilai munaqasyah : 80,25 (A)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji  
Ketua Sidang

**Drs. H. Sissah, S.Ag., M.H.I**  
**NIP. 19650215 199903 1 001**

Penguji I

**Dr. Usdeldi, S.E., M.Si**  
**IP. 19721212 200604 1 005**

Penguji II

**Rohana, S.E., M.E**  
**NIDN. 2017079206**

Pembimbing I

**r. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si**  
**IP.19790902 200710 2 001**

Pembimbing II

**Beid Fitrianova Andriani, S.T., M.E**  
**NIDN. 2008091101**

Sekretaris Sidang

**Victor Diwantara, S.E., MM**  
**NIDN.2019069203**

Jambi, 13 Juli 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Dekan

**Dr. A.A. Miftah, M.Ag**  
**NIP. 197311251996031001**



@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## MOTTO

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْدِيرًا ﴿١٧﴾ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ  
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿١٨﴾

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya”.<sup>1</sup>

“Q.S. Al-Isra’ [26-27]”

<sup>1</sup> Al-Qur’an dan Terjemahannya : kelompok Gema Insani, (Jakarta : Al-Huda), hlm. 285



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

## PERSEMBAHAN

*Assalam'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

*Alhamdulillahirobbil'aalamiin*

Puji Syukur kehadirat Allah SWT. atas limpahan nikmat yang telah diberikan baik kesehatan jasmani maupun rohani. Sholawat beserta salam tak lupa kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Ibu tercinta Jusniati dan Almarhum Ayah Muhammad Toha. Terima kasih atas dukungannya baik moril maupun materiil.

Terima kasih kepada semua keluarga, sahabat, dan teman-teman yang selalu mendukung dan memberi support hingga mendengar keluh kesah dari penulis. Serta memberikan do'a dan semangat yang begitu luar biasa, terima kasih untuk selalu ada dalam suka maupun duka kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Semoga kita semua senantiasa dalam lindungan dan Ridho Allah SWT. agar dapat menjadi amal yang baik dan dapat ganjaran yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin Yaarobbal'Aalamiin.



## ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli sesuatu tanpa pertimbangan rasional atau berdasarkan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *digital payment* shopeepay dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019, jumlah sampel penelitian sebanyak 85 mahasiswa dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan memilih mahasiswa yang menggunakan *digital payment* shopeepay. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Data variabel dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain; Dompot *Digital*, Psikologi Kepribadian, Perilaku Konsumen dan Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *digital payment* ShopeePay dan *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara parsial *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. *Locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik dengan distribusi normal tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

Kata Kunci : *Digital Payment ShopeePay, Locus of Control, Perilaku Konsumtif*



## ABSTRACT

*Consumptive behavior is the behavior of buying something without rational considerations or based on needs. This study aims to determine whether there is influence of digital payment ShopeePay and locus of control on the consumptive behavior of students of the Islamic Economics and Business Faculty. The population of this study were students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi class of 2019, the number of research samples was 85 students using a purposive sampling technique by selecting students who used digital payment ShopeePay. The data collection method in this study uses a questionnaire. Variable data were analyzed using multiple linear regression. The theory used in this research includes; Digital Wallets, Personality Psychology, Consumer Behavior and Consumptive. The results of the study show that simultaneously digital payment ShopeePay and locus of control have a positive and significant effect on consumptive behavior. Partially, digital payment ShopeePay have a positive and significant effect on consumptive behavior. Locus of control has no effect on consumptive behavior. Based on data analysis in this study, these variables are valid and reliable. In testing the classical assumptions with normal distribution there is no heteroscedasticity and multicollinearity.*

**Keywords :** *Digital Payment ShopeePay, Locus of Control, Consumptive Behavior*



## خلاصة

السلوك الاستهلاكي هو سلوك شراء مفراط من خلال إعطاء الأولوية للاحتياجات الثانوية تحديد ما إذا كان هناك تأثير للدفع الرقمي ومركز التحكم على السلوك الاستهلاكي لطلاب والثالثة بدلاً من الاحتياجات الأولية التي تجعل الشخص باهظًا. تهدف هذه الدراسة إلى كلية الاقتصاد الإسلامي والأعمال. كان مجتمع UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi هذه الدراسة من طلاب الكلية الإسلامية للاقتصاد والأعمال فئة 2019 ، وكان عدد عينات البحث 85 طالبًا باستخدام تقنية أخذ العينات الهادفة عن طريق اختيار الطلاب الذين استخدموا الدفع الرقمي للتسوق. تستخدم طريقة جمع البيانات في هذه الدراسة الاستنباطية. تم تحليل البيانات المتغيرة باستخدام الانحدار الخطي المتعدد. تشمل النظرية المستخدمة في هذا البحث ما يلي: المحافظ الرقمية وعلم نفس الشخصية وسلوك المستهلك والسلوك الاستهلاكي. تظهر نتائج الدراسة أن الدفع وموقع التحكم لهما تأثير إيجابي وهام على السلوك الاستهلاكي. جزئيًا ShopeePay الرقمي في وقت واحد ، للمدفوعات الرقمية تأثير إيجابي وهام على السلوك الاستهلاكي. لا يؤثر تركيز السيطرة على السلوك الاستهلاكي. بناءً على تحليل البيانات في هذه الدراسة ، فإن هذه المتغيرات صحيحة وموثوقة. عند اختبار الافتراضات الكلاسيكية مع التوزيع الطبيعي ، لا يوجد تغيير في المرونة وتعدد خطي.

الكلمات الرئيسية: الدفع الرقمي *ShopeePay* ، مركز التحكم ، السلوك الاستهلاكي



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Alhamdulillahirobbil 'alamin segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT. karena atas limpahan rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Sholawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW. **Skripsi ini berjudul : “Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Beid Fitrianova Andriani, S.T., M.E selaku pembimbing II. Terima kasih atas arahan, motivasi dan bimbingan yang telah ibu berikan selama ini kepada penulis, semoga Allah senantiasa membalas kebaikan yang ibu berikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Su'aidi, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Bapak Dr. A.A. Miftah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Titin Agustin Nengsih, S.Si., M.Si., Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan selaku Wakil Dekan III Bapak Dr. Addiarrhman, S.H.I., M.S.I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

5. Bapak Dr. Usdeldi, S.E., M.SI., AK., CA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Ibu Sri Rahma, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
8. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam skripsi ini tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih banyak semoga kalian semua diberikan kelancaran dalam setiap urusannya.

Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang, apabila terdapat kesalahan baik dari segi penulisan mohon dimaafkan. Terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jambi, 26 Juni 2023

Penulis



Zahratud Diniyah  
501190268

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
G. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori.....	14
B. Studi Relevan .....	26
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode Dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35



C. Jenis dan Sumber Data .....	35
D. Populasi dan Sampel .....	36
E. Metode Penarikan Sampel.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data .....	38
G. Definisi Operasional Variabel .....	39
H. Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	46

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	
1. Uji Kualitas Data.....	52
2. Uji Asumsi Klasik .....	55
3. Uji Hipotesis Statistik .....	59
4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Implikasi.....	68
C. Saran .....	68

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN (ANGKET PENELITIAN)**

#### **RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perubahan Perilaku Mahasiswa Pengguna ShopeePay .....	6
Tabel 1.2 Data Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	8
Tabel 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
Tabel 2.2 Studi Relevan .....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Kehadiran Peneliti.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Nama dan Nim.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Payment</i> ShopeePay (X1) ...	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Locus of Control</i> (X2) .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y) .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan F-test.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial dengan T-test .....	58
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi <i>R-square</i> .....	58
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Regresi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Elektronik <i>Money</i> Yang Paling Sering Dipakai 2022 .....	2
Gambar 1.2 Diagram Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopeepay .....	4
Gambar 1.3 Diagram Mahasiswa Pengguna <i>Digital Payment</i> .....	5
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pembayaran secara *digital* sudah tidak asing lagi pada masa sekarang ini. Pembayaran *digital* disebut juga dengan *digital payment* dimana pembayarannya dilakukan secara elektronik untuk menyimpan, memproses dan menerima uang tersebut dalam bentuk informasi *digital* dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui pembayaran elektronik.<sup>2</sup>

Pembayaran *digital* saat ini merupakan inovasi metode pembayaran yang banyak digunakan. Perkembangan pembayaran *digital* dimulai pada tahun 1887. Saat itu, pembayaran *digital* hanya dilakukan sebagai pembayaran kartu kredit. Hal ini dijelaskan dalam sebuah novel karya Looking Backward tepat pada tahun 1887. Kemudian kemunculan internet pada tahun 1969 dalam bentuk halaman web atau website berbagi informasi oleh Tim Berners-Lee merupakan pintu gerbang perkembangan pembayaran *digital* yang semakin pesat.<sup>3</sup>

Pada tahun 1983, ide uang elektronik digagas oleh David Lee Chaum yang dikembangkan dalam penelitiannya tentang uang *digital*. Seiring waktu, ide pembayaran *digital* tumbuh dan menjadi lebih beragam. Tepatnya pada tahun 1994, *Stanford Federal Credit Union* memperkenalkan internet banking dan menjadi satu-satunya institusi yang menawarkannya. Setelah itu, pada tahun 1998 lahirlah sistem pembayaran nirkabel bernama Paypal, disusul beberapa pembayaran mobile lainnya berupa Apple Pay dan Alipay. Kesuksesan Paypal, Apple Pay, dan Alipay tampaknya telah memengaruhi gagasan tentang uang elektronik dan metode pembayaran untuk transaksi

---

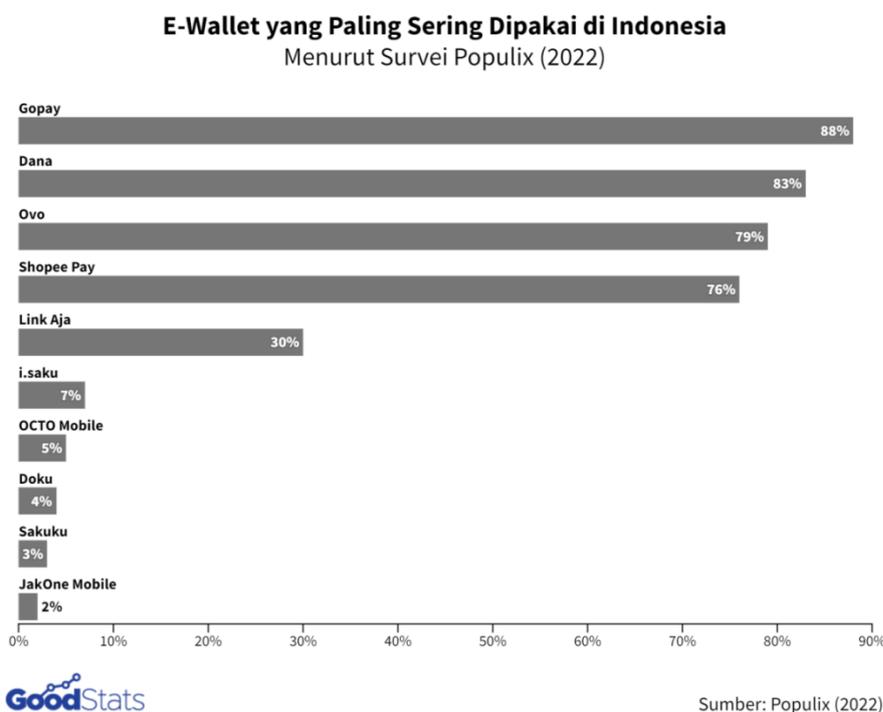
<sup>2</sup> Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan *Digital Payment* Pada Kalangan Milenial," Jurnal Medium, vol 7 No. 2 (2019) Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi LSPR, hlm. 58

<sup>3</sup> Irfan Prapmayoga Saputra, "Analisis Efektivitas Penggunaan *Digital Payment* Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya," Skripsi, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019), hlm. 13



*digital* yang beragam di seluruh dunia. Salah satunya adalah Indonesia. Beberapa aplikasi pembayaran *digital* yang banyak digunakan masyarakat Indonesia antara lain Gopay, ShopeePay, OVO, Dana, Link Aja dan beberapa M-Banking yang ditawarkan oleh bank tertentu.<sup>4</sup>

**Gambar 1.1**  
**Elektronik Money Yang Paling Sering Dipakai Di Indonesia 2022**



Sumber: Populix

Dari grafik di atas, kita bisa melihat bahwa ada 10 e-money terpopuler di Indonesia tahun 2022. Gopay merupakan e-money terpopuler tahun 2022 bagi 88% pengguna Gopay.<sup>5</sup> Perkembangan pembayaran *digital* merupakan tawaran

<sup>4</sup> Irfan Prapmayoga Saputra, “Analisis Efektivitas Penggunaan *Digital Payment* Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya,” Skripsi, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019), hlm. 14

<sup>5</sup> Raihan Hasya, 10 E-Wallet terpopuler di Indonesia 2022, Diakses pada 29 November 2022 dari artikel: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>, 7 Agustus 2022.

kepada mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengevaluasi gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya. Karena perkembangan sistem pembayaran yang nyaman dan mudah seharusnya membuat masyarakat menyesuaikan perilaku dan gaya hidupnya agar lebih efisien dan mudah diatur.

Saat ini aplikasi pembayaran *digital* yang paling populer digunakan sebagai alat transaksi adalah ShopeePay. Fitur baru yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee ini menjadi populer di kalangan masyarakat karena mudah digunakan dan tidak terlalu memakan memori ponsel karena sudah satu aplikasi dengan Shopee. Selain itu, fitur ShopeePay juga memiliki banyak manfaat bagi pengguna. Misalnya dengan menggunakan ShopeePay untuk melakukan transaksi pembayaran, baik itu belanja atau membayar tagihan lainnya, Anda bisa mendapatkan kupon gratis ongkos kirim sekaligus *cash back*. Maka tidak heran jika ShopeePay sangat cepat *trending* dan mendapatkan perhatian dari masyarakat yang pada dasarnya menyukai hal-hal sederhana yang menawarkan banyak keuntungan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dijadikan objek karena awal generasi covid 19 perlu belajar secara online, sehingga kebiasaan mahasiswa dalam bertransaksi online juga meningkat. Mahasiswa juga dianggap telah memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang teori-teori konsumsi baik secara islami maupun konvensional dari mata kuliah yang ditempuh seperti mata kuliah Teori Ekonomi Mikro, Pengantar Ekonomi, Mikro Ekonomi Islam, Fiqh, Etika Bisnis Islam, dan mata kuliah pendukung lainnya. Mereka harus sadar akan manajemen keuangan dan dapat menerapkan dengan lebih baik pendidikan yang mereka terima selama di Universitas.



**Gambar 1.2**  
**Diagram Mahasiswa Pengguna Aplikasi ShopeePay**



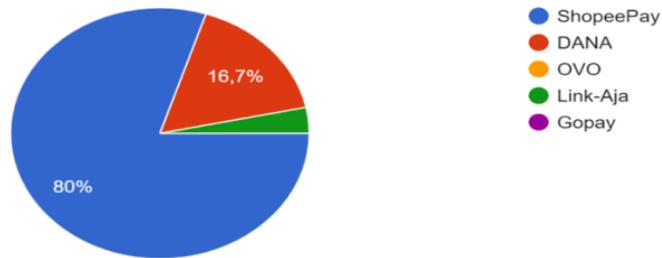
Berdasarkan diagram diatas, hasil Survey singkat yang dilakukan peneliti kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi kepada pengguna ShopeePay melalui google form menyatakan bahwa 29 orang adalah pengguna ShopeePay mencapai persentase 96,7% dan hanya 1 orang tidak pernah menggunakan aplikasi ShopeePay persentase sebesar 3,3%.



**Gambar 1.3**  
**Diagram Mahasiswa Pengguna *Digital Payment***

Digital payment yang digunakan untuk melakukan pembayaran produk fashion, skincare dll pada aplikasi Shopee?

30 jawaban



Berdasarkan diagram diatas, hasil survey 30 mahasiswa menyatakan bahwa *digital payment* yang banyak digunakan oleh mahasiswa adalah ShopeePay dengan persentase 80%, DANA 16,7%, Link-Aja 3,3%.

Kenyataannya mahasiswa berperilaku lebih konsumtif, selaras dengan lingkungan sosial, dan teman-teman yang berperilaku konsumtif, mahasiswa seringkali ikut-ikutan. Misalnya, ketika membeli pakaian yang sedang menjadi trend saat ini, tujuan membeli pakaian tersebut adalah untuk mendapatkan kepuasan dan mempertahankan kelas sosial, serta ditampilkan di media sosial untuk kebahagiaan semu. Hal ini biasanya dilakukan berkali-kali, membuat biaya tidak terkendali.

**Tabel 1.1**  
**Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebelum dan Sesudah Menggunakan**  
**ShopeePay**

Tahun	Sebelum menggunakan ShopeePay	Sesudah menggunakan ShopeePay
2020	1-3 kali sebulan	5-7 kali sebulan
2021	3 kali sebulan	5 kali sebulan
2022	3 kali sebulan	5-8 kali sebulan

*Sumber: data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perubahan perilaku mahasiswa setelah menggunakan *digital payment* ShopeePay yang mana menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah membeli sesuatu tanpa pertimbangan rasional atau berdasarkan kebutuhan.<sup>6</sup> Perilaku konsumtif juga berarti yakni kecenderungan seseorang berperilaku berlebih-lebihan dalam membeli sesuatu. Akibatnya mereka membelanjakan uangnya dengan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang yang dianggap sebagai simbol keistimewaan.<sup>7</sup> Dalam hal ini konsumen tidak membeli sesuai dengan kebutuhannya, tetapi berdasarkan keinginannya, dan jika hal ini terjadi terus-menerus akan berdampak buruk, yaitu jika kebutuhan orang tersebut tidak terpenuhi maka akan mengganggu kehidupan orang tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli secara berlebihan dengan mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros.

<sup>6</sup> Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta, Cv, 2002), hlm. 119

<sup>7</sup> Uswatun Hasanah, "Hubungan antara Interaksi Teman Sebaya dari Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri", PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), hlm. 11

Manusia diberikan kebebasan dari Allah untuk mengonsumsi apa yang dia inginkan, namun harus tetap terikat dengan perintah Allah sebagaimana firman-Nya dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”. (Al-Baqarah : 168).<sup>8</sup>

Islam melarang umatnya berperilaku Isyraf (berlebih-lebihan) dan Tabzir (boros) walaupun seorang konsumen tergolong orang kaya. Tiga prinsip utama dalam Al-Quran menganjurkan kepada umat Islam agar memanfaatkan harta-bendanya. Pertama, hidup ekonomis serta tidak bermewah-mewah. Kedua, menyisihkan sebagian harta untuk zakat (wajib) dan sedekah. Ketiga, menjalankan usaha yg halal, jauh dari garar, riba dan batil, baik berupa benda maupun lainnya.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002), hlm. 26

<sup>9</sup> Saidun Fiddaraini, “Gaya hidup konsumtif dalam pandangan islam”. Diakses pada 29 November 2022 dari artikel: <https://www.kuliahislam.com/2022/01/gaya-hidup-konsumtif-dalam-pandangan-.html?m=1> 10 januari 2022



**Tabel 1.2 Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi**

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS	Jumlah Mahasiswa
1.	Saya senang mengikuti keinginan yang sedang populer		9,1%	15,2%	48,5%	27,3%	30 Mahasiswa
2.	Saya sering membeli barang karena diskon buy 1 get 1 dll		6,1%	12,1%	48,5%	33,3%	
3.	Saya lebih mendahulukan keinginan saya dibandingkan kebutuhan pokok saya	15,2%	30,3%	9,1%	27,3%	18,2%	

*Sumber: data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi lebih sering membeli atau bertransaksi barang atau jasa yang sedang populer dan membeli barang karena diskon. Kedua hal ini merupakan bagian dari perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya terdapat perilaku cenderung konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Selain *digital payment* ShopeePay, terdapat faktor lain yang mempengaruhi tingkat konsumtif mahasiswa yg tidak sama. Sebesar 60% mahasiswa memiliki tingkat percaya diri dan *locus of control* (LoC) yang rendah sebanyak 57%.

Menurut Robbins *locus of control* (LoC) artinya tingkat dimana orang percaya bahwa mereka yang bertanggung jawab atas nasib mereka sendiri. Orang dengan *locus of control* (LoC) internal merupakan individu yang percaya bahwa mereka yang mengendalikan segala sesuatu yang terjadi pada mereka. Sedangkan individu dengan *locus of control* (LoC) eksternal adalah orang yang percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi pada dirinya dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan atau kesempatan. Antara individu satu dengan yang lainnya memiliki *locus of control* (LoC) yang tidak sama.<sup>10</sup>

Mahasiswa yang mempunyai *locus of control* (LoC) internal cenderung rajin menabung untuk investasi masa depan, sering bekerja untuk memperbaiki kehidupannya di masa depan, dan menghemat pengeluarannya, karena mahasiswa dengan *locus of control* (LoC) internal percaya bahwa apa yang mereka coba dan lakukan akan menentukan serta mempengaruhi masa depan mereka, sedangkan mahasiswa dengan *locus of control* (LoC) eksternal cenderung tidak memikirkan apa yang dilakukannya sekarang, mereka akan menggunakan uang mereka dengan sesuka hatinya tanpa berfikir untuk menabung, karena mereka percaya bahwa keberuntungan atau rezeki seseorang diatur oleh nasib dan keberuntungan masing-masing individu.<sup>11</sup>

Beberapa penelitian yang ditelaah dari berbagai sumber, namun masih jarang yang membahas mengenai pengaruh *digital payment* ShopeePay terhadap perilaku konsumtif. Adapun pada penelitian Viani Naufalia dengan judul pengaruh *digital payment* dan e-service quality terhadap perilaku konsumtif pada pengguna Shopee wilayah DKI Jakarta menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee wilayah DKI Jakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Nailatul Hidayah dengan judul pengaruh uang saku, *locus of control* (*loc*), dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku

<sup>10</sup> Stephen. P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi-5 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 138

<sup>11</sup> Nailatul Hidayah, "Pengaruh Uang Saku, *Locus Of Control*, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif", *Economic Education Analysis Journal*, Vol.7, No. 3, 2018, hlm. 1028-1029



konsumtif menyatakan bahwa *locus of control (loc)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun pada penelitian ini secara khusus menggabungkan variabel pengaruh *digital payment* ShopeePay dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang dan uraian gap penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”**.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dari penelitian diatas, dapat dilihat peneliti telah menemukan masalah yang akan diidentifikasi antara lain sebagai berikut:

1. *Digital payment* ShopeePay merupakan suatu kemudahan dalam bertransaksi, namun kemudahan tersebut menyebabkan perubahan perilaku.
2. Perubahan perilaku mahasiswa menjadi konsumtif mengindikasikan *locus of control* mahasiswa secara eksternal tinggi.
3. Mahasiswa kurang bijak dalam menggunakan *digital payment* ShopeePay sehingga berperilaku konsumtif.

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya diatas agar tidak memperluas topik yang dibahas sedemikian rupa sehingga pembahasan penelitian bertentangan dengan rumusan masalah, maka peneliti membatasi topik yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu

1. Pada variabel *digital payment* yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah ShopeePay.
2. Objek penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019 yang pernah menggunakan aplikasi *digital payment* ShopeePay.



3. Penelitian ini hanya mengkaji tentang apakah *digital payment* ShopeePay dan *locus of control* dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

#### D. Rumusan Masalah

1. Apakah *digital payment* ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019?
2. Apakah *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019?
3. Apakah *digital payment* ShopeePay dan *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019?

#### E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* ShopeePay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* ShopeePay dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019.

#### F. Manfaat Penelitian

1. **Manfaat Teoritis**
  - a. Hal ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan topik penelitian yang sama dengan penelitian saat ini.



- b. Dapat dijadikan bahan untuk persiapan penelitian selanjutnya

## 2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang ingin memperdalam ilmu mengenai *digital payment* ShopeePay, *locus of control*, serta perilaku konsumtif.
- b. Sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan strata I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

## G. Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN :

Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS :

Bab ini membahas landasan teori variabel penelitian, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN :

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian dan metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, metode pengolahan dan analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN :

Bab ini penulis membahas laporan hasil penelitian, memuat hasil dan pembahasan pengaruh *digital payment ShopeePay* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.



## BAB V SIMPULAN DAN SARAN :

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran-dari peneliti kepada berbagai pihak, termasuk kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Perilaku Konsumtif

Menurut Mangkunegara perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>12</sup> Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Menurut Sumartono perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau berdasarkan kebutuhan.<sup>13</sup> Perilaku konsumtif juga berarti bahwa seseorang cenderung berperilaku berlebih-lebihan dalam membeli sesuatu. Akibatnya mereka membelanjakan uangnya secara tidak rasional, hanya untuk mendapatkan barang yang dianggap sebagai simbol keistimewaan.<sup>14</sup> Dalam hal ini konsumen tidak membeli sesuai dengan kebutuhannya tetapi berdasarkan keinginannya, dan jika hal ini terjadi terus-menerus akan berdampak buruk, yaitu jika kebutuhan orang tersebut tidak terpenuhi, maka akan mengganggu kehidupan orang tersebut. Orang yang berperilaku konsumtif lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang seharusnya dipenuhi terlebih dahulu.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli secara berlebihan dengan

---

<sup>12</sup> A. A.Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pt. Refika Aditama, 2012), hlm. 3-4

<sup>13</sup> Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta, Cv, 2002), hlm. 119

<sup>14</sup> Uswatun Hasanah, "Hubungan antara Interaksi Teman Sebaya dari Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri", PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), hlm. 11



mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:<sup>15</sup>

**Tabel 2.1**  
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

<b>Faktor Sosial Budaya</b>	<b>Faktor Psikologis</b>
Kebudayaan	Pengalaman belajar
Kelas social	Kepribadian
Kelompok panutan	Sikap dan keyakinan
Keluarga	Konsep diri

*Sumber: data sekunder yang diolah, 2023*

## 2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono indikator perilaku konsumtif antara lain yaitu:<sup>16</sup>

- 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 pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model mengiklankan
- g) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

<sup>15</sup> Mangkunegara, AA. Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. (Bandung: PT. Retika Aditama, 2002), hlm. 39

<sup>16</sup> Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta, Cv, 2002), hlm. 119

### 3. Kajian Islam tentang Perilaku Konsumtif

Dalam islam, segala sesuatu yang dilakukan manusia diatur dan dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan berlebih-lebihan meskipun mereka memiliki banyak pendapatan.<sup>17</sup> Dalam konteks budaya konsumtif, hal ini sangat dilarang oleh Islam, sebagaimana disyariatkan dalam firman Allah Swt. Q.S. Al A'raaf (7) ayat 31 yang berbunyi:


 يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا  
 تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Wahai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (Q.S. Al-A'raaf (7) : 31).<sup>18</sup>

Hadis Riwayat Imam Ahmad Matan Lain: An-Nasa'I (2512), Ibnu Majah (3595), al- Hakim dan dihasankan dalam Sahih al-Jami' ash Shagir (4505) Nabi Muhammad SAW bersabda “makan dan minumlah, bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebih-lebihan”.

Ayat Al-Qur'an dan hadis tersebut menunjukkan bahwa Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang tidak berlebihan, artinya jika konsep islam tentang konsumsi dipahami dengan baik, maka manusia dapat membatasi keinginannya sesuai dengan kebutuhannya.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> EddyRohayedi, and Maulina, Konsumerisme dalam Perspektif Islam, Jurnal Transformatif, 2020, Vol 4, No.02, hlm. 33

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002), hlm. 155

<sup>19</sup> EddyRohayedi, and Maulina, Konsumerisme dalam Perspektif Islam, Jurnal Transformatif, 2020, Vol 4, No.02, hlm. 33



#### 4. *Digital payment*

*Digital payment* atau pembayaran digital didefinisikan sebagai alat pembayaran elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu dan *digital payment* juga sering disebut dengan Uang Elektronik (*Electronic Money*). Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan transaksi. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan di media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksinya dan dapat diisi kembali nantinya (*top up*). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip atau server.<sup>20</sup>

Perkembangan teknologi sistem pembayaran telah menggantikan peran uang tunai (*currency*) yang masyarakat kenal dengan *cashless* sebagai alat pembayaran yang lebih efektif dan efisien. Fakta ini menunjukkan kepada kita bahwa layanan pembayaran gratis yang disediakan oleh dan lembaga non bank (LSB), baik dalam proses pengiriman uang, penyelenggara kliring maupun sistem penyelesaian akhir (*settlement*) sudah tersedia dan dapat berlangsung di Indonesia. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuannya menghasilkan biaya minimal untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas transaksi.<sup>21</sup>

Menurut Bank Indonesia pembayaran kartu elektronik telah berkembang menjadi menjadi bentuk yang lebih praktis, yaitu uang elektronik. Meskipun memiliki fungsi yang sedikit berbeda dengan alat pembayaran lain seperti kartu kredit dan kartu ATM/debit, namun

<sup>20</sup> Firmansyah dan M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*, (Lampung : CV. IQRO', 2018), hlm. 25

<sup>21</sup> Firmansyah dan M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*, (Lampung : CV. IQRO', 2018), hlm. 26



penggunaan alat ini tetap sama penggunaan kartu kredit dan kartu ATM/debit untuk pembayaran.<sup>22</sup>

## 5. Indikator *Digital Payment*

Indikator *digital payment* menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati tahun 2008 yaitu:<sup>23</sup>

### a. *Perceived Ease of Use* (Pesepsi kemudahan penggunaan)

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut menunjukkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru bekerja lebih mudah daripada mereka yang menggunakan sistem lama.<sup>24</sup> Pengguna percaya bahwa kemudahan penggunaan ditandai dengan teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah digunakan.

Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan pembayaran digital berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran *digital* berbasis kode (QR) atau nomor unik.<sup>25</sup> Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kenyamanan yang dirasakan dengan mudah mempengaruhi efektivitas penggunaan layanan *online banking*, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lowga.

<sup>22</sup> Siti Erna Purnama Wati, Skripsi: : “Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” , (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020), hlm. 12.

<sup>23</sup> Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*”, PhD Thesis (Phetra Christian University, 2008), hlm. 456-457

<sup>24</sup> Renanda Aulia Herlambang, Skripsi: “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada Aplikasi *Digital Payment OVO*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020), hlm. 21.

<sup>25</sup> Edda Tnadi Lowga and Noel Biseiko Lowga, “*User Acceptance of Mobile Payment: The Effect of User-Centric Security, System Characteristic and Gender*”, The Elektronik Journal of Information System of Developing Countries, No.1, Vol.81, (2017), hlm. 18



b. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

*Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*”<sup>26</sup> (sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya).

Konsumen dapat menggunakan *digital payment* jika mereka percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dapat menghemat atau membuat pelaksanaan berbagai transaksi pembayaran menjadi lebih efisien.<sup>27</sup> Semakin besar keuntungan yang ditawarkan, semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan untuk produk atau jasa melalui *mobile payment*. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.

c. *Perceived Credibility*

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran *digital*.<sup>28</sup> Semakin tinggi kehandalan teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.

d. *Social Influence*

Pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan

<sup>26</sup> Renanda Aulia Herlambang, Skripsi: “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada Aplikasi *Digital Payment OVO*”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020), hlm. 18.

<sup>27</sup> Edda Tnadi Lowga and Noel Biseiko Lowga, “*User Acceptance of Mobile Payment: The Effect of User-Centric Security, System Characteristic and Gender*”, *The Elektronik Journal of Information System of Developing Countries*, No.1, Vol.81, (2017), hlm. 7.

<sup>28</sup> Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, and Devikan Nadarajah, “*Millenials Perception of Mobile Payment Service in Malaysia*” *Procedia Computer Science*, vol 124 (2017), hlm. 399.



*digital payment*. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.

e. *Behavior Intentions*

Intensitas penggunaan (*behavior intentions*) *digital payment* karena faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment*, sehingga seseorang untuk berbisnis dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa penggunaan layanan *mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap *spending behavior* kaum milenial di Surabaya.

## 6. Digital Payment Dalam Perspektif Islam

Dengan kemajuan peradaban dan perkembangan dunia, Islam tidak melarang bentuk teknologi selama tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-Qur'an menjelaskan bahwa manusia adalah khalifah di atas muka bumi dan Allah memberikan fitrah ini kepada manusia melalui usaha-usaha yang baik. Sebagaimana firman Allah Swt. Q.S Al-Baqarah 2 : 29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ  
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”.<sup>29</sup>

Dalam perspektif Islam, manusia sebagai *khalifah* harus menggunakan ilmu sebagai syarat utama untuk membangun peradaban dan teknologi

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002), hlm. 6



modern, artinya teknologi dan hasilnya harus digunakan untuk tujuan baik (*makruf*) dan bukannya untuk tujuan yang salah (*mungkar/maksiat*). Teknologi harus digunakan sebagai sarana untuk memperkaya alam dan tidak boleh digunakan untuk merusak alam. Khalifah bertanggung jawab mengatur kehidupan manusia sebagai amanah yang besar berdasarkan wahyu dan syariat Allah agar kehidupan manusia teratur dan mendatangkan keridhoan Allah Swt.<sup>30</sup>

## 7. *Digital payment* ShopeePay

ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang disediakan oleh aplikasi belanja Shopee yang dapat digunakan sebagai pembayaran *online* di aplikasi Shopee dan di *Merchant* ShopeePay, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan kembali untuk membayar pesanan lainnya. ShopeePay resmi diluncurkan di Indonesia pada 9 September 2020 sekaligus dilakukannya gerakan kampanye berupa promosi Rp 1 untuk semua produk yang transaksi pembayarannya menggunakan fitur layanan ShopeePay.<sup>31</sup>

Layanan ShopeePay menawarkan banyak keuntungan kepada pengguna mulai dari voucher ShopeePay seperti *cashback* sebesar 30% yang digunakan pada transaksi pembayaran di *merchant* yang memang bekerjasama. Aplikasi belanja Shopee memiliki kupon *cashback* harian untuk pengguna mereka berbelanja. Tersedianya voucher gratis ongkir (ongkos kirim) yang tentunya membuat pengguna lebih hemat karena tidak perlu membayar ongkos kirim dan memudahkan transfer ke sesama pengguna ShopeePay ataupun rekening bank lain.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Firmansyah and M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam* (Lampung : CV. IQRO', 2018), hlm. 225

<sup>31</sup> Dinda Ayu Widiastuti, *ShopeePay Resmi Dirilis Di Indonesia*, Diakses pada 6 Desember 2022, dari artikel : <https://www.tek.id.com>, 25 Agustus 2020

<sup>32</sup> Anonim, *ShopeePay*, Diakses pada 6 Desember 2022, dari artikel : <http://shopeepay.co.id>.



## 8. *Locus of Control* (LoC)

Menurut Robbins, *locus of control* (LoC) adalah tingkat dimana orang percaya bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Orang dengan *locus of control* (LoC) internal adalah individu yang percaya bahwa mereka mengendalikan semua yang terjadi pada mereka. Sedangkan mahasiswa dengan *locus of control* (LoC) eksternal adalah orang yang percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi pada dirinya dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan atau kesempatan. Antara individu satu dengan yang lainnya memiliki *locus of control* (LoC) yang berbeda-beda.<sup>33</sup>

Mahasiswa dengan *locus of control* (LoC) internal cenderung rajin dalam menabung untuk investasi masa depan, berusaha memperbaiki kehidupannya di masa depan dan berhemat karena percaya bahwa apa yang mereka coba dan lakukan akan membuat perbedaan, sedangkan mahasiswa dengan *locus of control* (LoC) eksternal biasanya tidak memikirkan apa yang mereka lakukan sekarang, mereka membelanjakan uang mereka sesuka mereka tanpa berfikir untuk menabung, karena mereka percaya bahwa keberuntungan atau rezeki seseorang diatur oleh nasib serta keberuntungan masing-masing individu.<sup>34</sup>

## 9. Indikator *Locus of Control* (LoC)

Menurut Robbins, aspek-aspek *locus of control* (LoC) adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

<sup>33</sup> Stephen. P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi-5 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 138

<sup>34</sup> Nailatul Hidayah, "Pengaruh Uang Saku, *Locus Of Control*, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif", *Economic Education Analysis Journal*, Vol.7, No.03, 2018, hlm. 1028-1029

<sup>35</sup> Stephen. P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi-5 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 138

a. *Locus of Control* (LoC) Internal.

- 1) Kemampuan. Beberapa percaya bahwa keberhasilan dan kegagalan yang dicapai memiliki pengaruh yang kuat terhadap keterampilan yang dimiliki. Keterampilan (ability) adalah istilah umum yang berkaitan dengan kesanggupan untuk menguasai suatu keterampilan.
- 2) Minat. Seseorang memiliki minat yang lebih besar terhadap kontrol perilaku, peristiwa dan tindakannya. Minat merupakan perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.
- 3) Usaha. Seseorang dengan *locus of control* (LoC) internal bersikap optimis, pantang menyerah dan melakukan yang terbaik untuk mengendalikan perilakunya. Optimisme adalah cara berpikir yang positif dan realistis tentang suatu masalah. Berpikir positif mencoba membuat yang terbaik dari situasi terburuk.

b. *Locus of Control* (LoC) eksternal.

- 1) Nasib. Seseorang melihat kesuksesan dan kegagalan sebagai takdir dan tidak dapat mengubah apa yang terjadi, mereka percaya pada pertanda baik dan buruk.
- 2) Keberuntungan. Seseorang dengan tipe ekstrovert sangat mempercayai adanya keberuntungan, mereka menganggap bahwa setiap orang memiliki keberuntungan.
- 3) Sosial ekonomi. Seorang ekstrovert menilai orang lain berdasarkan tingkat kesejahteraan dan bersifat materialistis.
- 4) Pengaruh orang lain. Seseorang dengan tipe eksternal percaya bahwa orang yang memiliki kekuasaan dan kekuatan yang lebih tinggi mempengaruhi perilaku mereka dan mengharapkan bantuan orang lain.



## 10. *Locus of Control* (LoC) dalam Pandangan Islam

Dalam islam, percaya pada diri sendiri sangat penting, karena kepercayaan diri membuat seseorang mampu mengerahkan seluruh tindakan dan perilakunya. Tanpa kepercayaan diri seseorang selalu merasa dibayang-bayangi keraguan, sehingga jiwanya penuh kebingungan, kebodohan atau kegelapan yang pada akhirnya jiwa menjadi rapuh dan mudah dipengaruhi.

Orang dengan *locus of control* (LoC) internal memiliki sikap yang selalu berpikir positif untuk mendorong sikap dan perilaku yang positif pula. Jiwa orang yang berpikir positif tampak lebih bahagia, penuh semangat, dan keberanian serta percaya diri yang mendalam. Sebagaimana tertuang dalam kandungan surah al-Insyirah ayat 5-6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (Q.S. al-Insyirah ayat 5-6).<sup>36</sup>

Ayat 5-6 surah al-Insyirah menegaskan, bahwa takdir seseorang adalah di tangan orang itu sendiri. Sebagai individu dengan orientasi *locus of control* (LoC) internal, dia memiliki karakteristik tidak mudah menyerah, giat, mandiri, dan mengambil kendali atas apa yang terjadi dalam hidupnya.

Individu yang berorientasi pada *locus of control* (LoC) eksternal adalah individu yang selalu beranggapan bahwa dirinya dikendalikan oleh kekuatan lain, sehingga individu tersebut lebih mudah menyerah dan kurang berusaha. Individu dengan orientasi eksternal pesimis tentang

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002), hlm. 597



segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan mereka. Dia khawatir menghadapi masa depannya karena diselimuti kegagalan dan kekecewaan lainnya sehingga tujuannya tidak jelas.<sup>37</sup>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

---

<sup>37</sup> Sukma, T.R., “Hubungan antara *locus of control* dengan stress kerja karyawan di CV. Duta Malang (Doctoral dissertation”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). hlm. 24

## B. Studi Relevan

Studi relevan merupakan metodologi penelitian yang mana kerangka teori yang diangkat peneliti harus tegas bahwa penelitian yang diangkat belum pernah diteliti sebelumnya.

**Tabel 2.2**  
**Studi Relevan**

<b>Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Dwi Rorin Mauludin Insana 2021 <sup>38</sup>	Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.	-Kuantitatif Survey -Analisis regresi linear sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang	- Menggunakan variabel bebas uang elektronik sedangkan peneliti menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i> . -Menggunakan objek mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian

<sup>38</sup>Dwi Rorin Mauludin dan Ria Susanti Johan, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI", *Journal of Applied Business and Economics*, Vol. 7, No. 2, 2021, hlm. 209-224

Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			rendah dengan kontribusi variabel penggunaan uang elektronik sebesar 10,56% terhadap variabel perilaku konsumtif, sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.	mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi angkatan 2019.
Khoyatu Rizkiyah 2021 <sup>39</sup>	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pengguna <i>Platform Digital Payment</i> )	-Kuantitatif -Regresi Linier Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh <i>digital payment</i> terhadap perilaku konsumen	-Menggunakan satu jenis <i>digital payment</i> yakni OVO sedangkan peneliti menggunakan <i>ShopeePay</i>  -Menggunakan perilaku konsumen sebagai variabel Y sedangkan peneliti menggunakan

<sup>39</sup> Khoyatu Rizkiyah et al., Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna *Platform Digital Payment* OVO, Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 16, No.1, hlm. 107.



Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
	OVO)			perilaku konsumtif dan variabel Z yaitu <i>locus of control</i> .
Dilasari 2020 <sup>40</sup>	Pengaruh, <i>Financial Literacy, Life Style, Locus of Control</i> dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Subang	-Kuantitatif -Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Financial Literacy, Life Style, locus of control</i> dan demografi secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota subang.	-Menggunakan 3 variabel bebas yang berbeda yakni <i>Financial Literacy, Life Style</i> dan demografi sedangkan peneliti menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i> dan <i>Locus of Control</i> -Menggunakan objek generasi milenial dikota subang sedangkan peneliti menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi

<sup>40</sup>Dilasari, Sri Mulyati dan Asep Kurniawan, "Pengaruh, *Financial Literacy, Life Style, Locus of Control* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Subang", *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*", Vol, 2 , No. 2, 2020, hlm. 56-77



Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				dan Bisnis Islam UIN STS Jambi angkatan 2019.
Verham Teguh Kusuma 2020 <sup>41</sup>	Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Universitas Raharja	-Kuantitatif -Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	-Menggunakan dompet elektronik OVO Sedangkan peneliti menggunakan <i>ShopeePay</i> -Menggunakan objek penelitian mahasiswa Universitas Raharja sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.
Nailatul Hidayah 2018 <sup>42</sup>	Pengaruh Uang Saku, <i>Locus of</i>	-Kuantitatif -Analisis Regresi	Hasil penelitian menyatakan bahwa uang saku,	-Menggunakan uang saku, <i>locus of control</i> dan

<sup>41</sup> Verham Teguh Kusuma, "Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Di Universitas Raharja", Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT, Vol. 16, No. 2, 2020, hlm. 50



Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
	<i>Control</i> , dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif	Linear Berganda	<i>locus of control</i> , dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan maupun secara parsial.	lingkungan teman sebaya sebagai variabel independen Sedangkan peneliti menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i>  -Menggunakan objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.



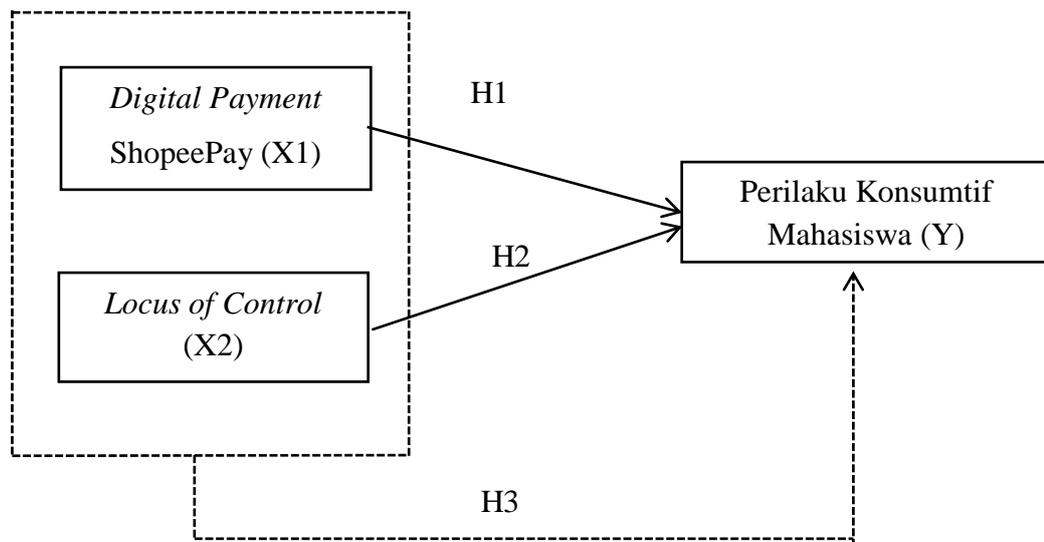
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

<sup>42</sup> Nailatul Hidayah, "Pengaruh Uang Saku, *Locus Of Control*, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif", *Economic Education Analysis Journal*, Vol.7, No. 3, 2018, hlm. 1025

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Kerangka pemikiran juga menjadi penjelasan sementara tentang berbagai gejala yang menjadi objek penelitian.



Keterangan:

- : Garis secara simultan  
 -----> : Garis secara parsial

### D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka perlu suatu hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel X, Y dan variabel Z. Hipotesis merupakan jawaban sementara antara variabel terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 203



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga ada pengaruh *digital payment ShopeePay* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H2 : Diduga ada pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H3 : Diduga ada pengaruh *digital payment ShopeePay* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

### E. Hipotesis Statistik

1. Hi: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *digital payment ShopeePay* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Ho: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan *digital payment ShopeePay* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Hi: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Ho: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Hi: Terdapat pengaruh positif *digital payment ShopeePay* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Ho: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan *digital payment ShopeePay* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

### F. Hubungan Antar Variabel

#### 1. Pengaruh *digital payment ShopeePay* terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian Viani Naufalia dengan judul pengaruh *Digital Payment* dan *E-Service Quality* terhadap Perilaku Konsumtif pada pengguna Shopee wilayah DKI Jakarta menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya



kemudahan yang diberikan *digital payment* membuat masyarakat menjadi konsumtif.<sup>44</sup>

Pada penelitian Muhammad Akbar Adzani dengan judul pengaruh Mobile Banking dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat generasi Z kota Jakarta Selatan dengan teknik convenience sampling menyatakan bahwa mobile banking tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan demografi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Artinya kemudahan transaksi melalui mobile banking tidak membuat masyarakat menjadi konsumtif.<sup>45</sup>

## 2. Pengaruh *locus of control* (LoC) terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian Nailatul Hidayah dengan judul Pengaruh Uang Saku, *Locus of Control* (LoC), dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif menyatakan bahwa *locus of control* (LoC) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi tingkat *locus of control* (LoC) maka perilaku konsumtif semakin menurun.<sup>46</sup>

Pada penelitian Nunuy dengan judul pengaruh *Modernitas* dan *Locus of Control* (LoC) terhadap Perilaku Konsumtif melalui Literasi Ekonomi sebagai Variabel Intervening menyatakan bahwa *Locus of Control* (LoC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan *Locus of Control* (LoC) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi. Artinya tingkat *Locus of*

<sup>44</sup> Viani Naufalia, Pengaruh *Digital Payment* dan *E-Service Quality* terhadap Perilaku Konsumtif, Jurnal Pariwisata, Bisnis *Digital* dan Manajemen, Vol. 01, No. 1 Mei 2022, hlm. 1

<sup>45</sup> Muhammad Akbar Adzani, Pengaruh *Mobile Banking* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Jakarta Selatan, STIE Indonesia *Banking School*, 2022

<sup>46</sup> Nailatul Hidayah, "Pengaruh Uang Saku, *Locus Of Control*, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif", *Economic Education Analysis Journal*, Vol.7, No. 3, 2018, hlm. 1025



*Control* (LoC) berada pada tahap rendah sehingga menyebabkan tingginya perilaku konsumtif.<sup>47</sup>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

---

<sup>47</sup> Nunuy, Pengaruh *Modernitas* dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif melalui Literasi Ekonomi sebagai Variabel *Intervening*, Universitas Siliwangi, 2021

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif karena digunakan data-data numerik untuk menganalisis materi yang kemudian diolah menggunakan metode statistik. Pemilihan pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada informasi yang diperoleh dari responden, baik dari kuisisioner, wawancara, observasi dan dokumen-dokumen sebagai sumber pendukung untuk menganalisis data.<sup>48</sup>

Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>49</sup>

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Waktu penelitian dilakukan sejak April-Juli.

### C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono, sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini terdiri dari dua jenis sumber data yang terdiri dari:

---

<sup>48</sup> Teguh Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi, Teori, Dan Aplikasi* ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 136

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, hlm. 8

## 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri atas identitas responden dan juga hasil tanggapan responden berhubungan dengan objek penelitian dan membutuhkan pengolahan lebih lanjut. Dalam penelitian ini data informasi yang dikumpulkan dari jawaban para responden yaitu melalui pembagian kuisioner.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari dokumentasi atau sumber lain yang dapat mendukung objek dan informasi yang diperoleh dalam bentuk yang sudah siap disusun dan diolah, dapat berupa tabel atau laporan lainnya. Dalam penelitian ini diperoleh dari buku, skripsi, jurnal-jurnal dan situs internet.<sup>50</sup>

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari objek-objek dengan ciri dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>51</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi angkatan 2019 yang berjumlah 562 orang.<sup>52</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi utama.<sup>53</sup> Diketahui jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 562 mahasiswa

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 15

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80

<sup>52</sup> ICT Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2021), hlm. 127

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi yang terdiri dari 4 Jurusan. Adapun untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{562}{1 + 562(0.01)^2} = \frac{562}{1 + 5,62} = \frac{562}{6,62} = 84,89 = 85$$

Keterangan

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam

e : Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih di tolerir atau diinginkan sebanyak 10%

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 orang responden.

### E. Metode Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling sendiri merupakan teknik pengambilan keputusan tertentu, kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa yang pernah menggunakan *Shopee* dan *digital payment ShopeePay*
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun ajaran 2019.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 127



## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik penelitian yang paling strategis, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak dapat memperoleh data yang sesuai dengan yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisisioner (angket).

### 1. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup banyak dan tersebar diberbagai daerah.<sup>55</sup> Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan *google form*.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>56</sup> Pada skala likert diberikan lima pilihan jawaban dengan bobot nilai berbeda adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju	Diberi skor 1
TS : Tidak Setuju	Diberi skor 2
R : Ragu-ragu	Diberi skor 3
S : Setuju	Diberi skor 4
SS : Sangat Setuju	Diberi skor 5

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 142

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 93



## 2. Dokumentasi

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi. Data dikumpulkan, dicatat, dan dikaji. Sedangkan, untuk studi pustaka diperoleh dari penelitian terdahulu dan ditunjang dengan literatur yang lain seperti buku, jurnal ilmiah, dan bahan-bahan yang berkaitan dengan mendukung penelitian ini.<sup>57</sup>

## G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Digital Payment ShopeePay (X1)	Digital payment didefinisikan sebagai alat pembayaran elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu dan digital payment juga sering disebut dengan	1. <i>Perceived Ease of Use</i> (persepsi kemudahan) 2. <i>Perceived Usefulness</i> (persepsi manfaat) 3. <i>Perceived Credibility</i> (persepsi kepercayaan) 4. <i>Sosial Influence</i> (pengaruh orang	Likert

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 224



	<p>Uang Elektronik (<i>Electronic Money</i>). <i>Digital payment</i> ShopeePay fitur layanan uang elektronik yang disediakan oleh aplikasi belanja Shopee yang dapat digunakan sebagai pembayaran online di aplikasi Shopee dan di merchant ShopeePay serta menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan kembali untuk membayar pesanan lainnya. Penggunaanya harus menyetorkan</p>	<p>lain) 5.<i>Behavior Intention</i> (sikap royaltitas)<sup>59</sup></p>	
--	---	--	--

<sup>59</sup> Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*”, PhD Thesis (Phetra Christian University, 2008), hlm. 456-457



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

	uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan transaksi. <sup>58</sup>		
<i>Locus of Control</i> (X2)	<i>Locus of Control</i> adalah tingkat dimana orang percaya bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. <sup>60</sup>	1.Locus of Control Internal a.Kemampuan b.Minat c.Usaha 2.Locus of Control Eksternal a.Nasib b.Keberuntungan c.Sosial Ekonomi d.Pengaruh orang lain. <sup>61</sup>	Likert
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau	.Pembelian secara Impulsif 2.Pembelian secara tidak rasional 3.Pemborosan	Likert

<sup>58</sup> Firmansyah dan M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*, (Lampung : CV. IQRO', 2018), hlm. 25

<sup>60</sup> Stephen. P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi-5 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 138

<sup>61</sup> Stephen. P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Edisi-5 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 138



	berdasarkan kebutuhan. <sup>62</sup>	(wastafel buying). <sup>63</sup>	
--	--------------------------------------	----------------------------------	--

## H. Metode Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid dan reliabel, hal ini karena keakuratan informasi yang diolah menentukan kualitas hasil penelitian.

#### a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully the phenomenon*).<sup>64</sup> Uji validitas untuk mengetahui suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.<sup>65</sup>

Dalam uji validitas, instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data valid dan dapat dilanjutkan. Valid artinya perangkat dapat mengukur apa yang sedang diukur. Metode uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik produk moment *pearson correlation* yang diselesaikan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item.

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistik dengan kriteria sebagai berikut :

<sup>62</sup> Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: Alfabeta, Cv, 2002), hlm. 119

<sup>63</sup> Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian" *Jurnal Spritis Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana*, Vol. 2, No. 01, 2011, hlm. 5

<sup>64</sup> Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 46

<sup>65</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 168



Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

## b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui hasil pengukuran yang meliputi ketepatan, konsistensi atau realibilitas pengukuran.<sup>66</sup> Instrumen yang reliabel mengacu pada perangkat yang menghasilkan informasi yang sama ketika berulang kali digunakan untuk mengukur objek yang sama. Kuisioner dikatakan reliabel jika kuisioner tersebut dilakukan pengukuran berulang, akan mendapatkan hasil yang sama. Uji Reliabilitas instrumen merupakan salah satu prosedur dimana dilakukan pengujian terhadap instrumen yang akan diteliti. Instrumen dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ , maka pertanyaan reliabel.

Jika  $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ , maka pertanyaan tidak reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditujukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas.

<sup>66</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 135

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.<sup>67</sup> Uji normalitas ini dapat digunakan untuk memeriksa apakah distribusi data normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>68</sup>

### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah regresi tersebut menemukan korelasi yang kuat atau tinggi antar variabel independen.<sup>69</sup> Jika terdapat korelasi antara variabel independen, maka terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Varian Infration Faktor. Bila angka VIF ada yang melebihi 10 berarti terjadi multikolinieritas. Dengan ketentuan apabila nilai toleransi  $\geq 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas, dan apabila nilai toleransi  $< 0,1$  atau nilai VIF  $\geq 10$  maka terjadi multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varian dengan residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas.<sup>70</sup> Bentuk pengujian yang digunakan dalam metode informasi atau metode grafik

<sup>67</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137

<sup>68</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: UNDIP, 2016), hlm. 154

<sup>69</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137

<sup>70</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137



scatterplot, jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, alasan digunakannya regresi linear berganda karena judul dalam penelitian ini meneliti 2 variabel bebas (x).<sup>71</sup>

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X1 = *Digital Payment ShopeePay*

X2 = *Locus of Control*

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi X1

b2 = Koefisien regresi X2

e = Variabel Error

Peneliti menggunakan program aplikasi Statistic Product and Service Solution (SPSS) untuk mendeteksi variabel X dan variabel Y, kemudian hasilnya diinterpretasikan dan dilihat nilai F-hitungnya yang menunjukkan uji secara simultan (bersama-sama) dalam arti variabel X1 dan X2 mempengaruhi variabel Y.

<sup>71</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137



#### 4. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi signifikansi ( $R^2$ ) memverifikasi bagaimana variasi dalam variabel dependen dijelaskan. Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

#### 5. Uji Hipotesis Statistik

##### a. Uji F (simultan)

Uji Statistik F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.<sup>72</sup> Untuk menguji signifikan koefisien korelasi ganda maka hitung menggunakan uji F.

Kriteria pengambilan keputusan pengujian pada uji f :

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

##### b. Uji T (parsial)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent.<sup>73</sup> Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level taraf nyata 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian uji t :

1. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
2. Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

<sup>72</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137

<sup>73</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137



**Tabel 3.2**  
**Kehadiran Peneliti**

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2022-2023											
		Bulan											
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	
1.	Pengajuan Judul	√											
2.	Pra-Riset		√										
3.	Pembuatan Proposal		√										
4.	Bimbingan Proposal			√	√	√							
5.	Seminar Proposal						-	√					
6.	Perbaikan Seminar Proposal							√					
7.	Riset								√				
8.	Pengumpulan Data								√				
9.	Penyusunan BAB IV dan V								√	√			
10.	Bimbingan Skripsi										√		
11.	Sidang Munaqosah												
12.	Perbaikan dan Penjilidan Skripsi												
13.	Daftar Wisuda												
14.	Yudisium												
15.	Wisuda												



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan keputusan berdasarkan kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini sebanyak 85 mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2019.

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Nama dan Nim

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Induk Mahasiswa
1	Welly Oktaviyanti	501190263
2	Dea Sriutami	501190265
3	Mareta Elesia Putri	501190253
4	Widia	501190255
5	Olifvia Putri Adeliyani	501190272
6	Windi herein dera	501190256
7	Nazla Febriani Putri	501190259
8	Rekha Afiah	501190251
9	Ade Irma Triani	501190270
10	Desmiya Fitri	501190088
11	Amelia Novia Pitri	501190183
12	Halimah	501190262
13	Anti widiyani	501190271
14	M. Siddiqi	501190218

15	Elina Decelita Wahyuni	504190033
16	Dara Anjelita	501190274
17	Meysi Anggraini	501190044
18	Nita Andriani	501190305
19	Silky Ikrima	501190315
20	Muammar	501190126
21	Willyardo Oneja	501190269
22	Jumianti	501190273
23	Rezki febriani	504190001
24	Salsabilla putri	504190061
25	Dewi fitriyana	504190041
26	Suci wulan sari	504190048
27	Weny wijayanti	504190035
28	Murni purnama sari	504190052
29	Tri wicaksono	504190064
30	Perdana putra	504190032
31	Arban dwi saputri	503190013
32	Julia	503190028
33	Rini setiawati	503190009
34	Mistiani	503190005
35	Dina ranvica	503190016
36	Zumiati lestari	503190017
37	Hupriah futri	503190018
38	Maria ulfa	501190039
39	Putri rizky ramadhani	501190143
40	Ayu putri lestari	501190139
41	Novella febiana	501190119
42	Dina ramadanti	501190093
43	Sabita az-zahra	501190189
44	Dewi untari	501190375



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi.
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

45	Dwi agis hanazvindra	504190057
46	Indiskayani	504190050
47	Puja aprilia	504190053
48	Nadia maharani	504190046
49	M. Rizki cahya wardana	504190077
50	Nurul ardilah	504190047
51	Ranti pramesti	504190038
52	Rhada ardiansyah	504190039
53	Deni supriyadi	504190051
54	Bintang ferdian	504190043
55	Cici salmaida	504190060
56	Nida fatihah	502190003
57	Nursyafni safia	502190004
58	M. Ikhsanudin	502190005
59	Biesriani	502190006
60	Sindi safitri	502190007
61	Lia anjeli	502190008
62	Rifqi abdillah	502190024
63	Jose arwando	502190029
64	M. Zaky hartanto	502190030
65	Muhammad filza thriyandha	502190031
66	Hayatullah	502190034
67	Amirul mukminin	502190037
68	Abu bakar syidik	502190019
69	Alinda deviana	502190013
70	Diah maulida afifah	503190003
71	Boby indrawan	503190020
72	Achien septa	503190008
73	Raihan saputra	503190006
74	Nur fahmi	503190065



75	Ahmad maulana syarifuddin	503190019
76	Khairun najwa	503190030
77	Silfi afrianti	503190025
78	Seppy indriyani	503190015
79	Ika jasuma putri	503190023
80	Frederik cantona	503190007
81	Nureni wildayani	503190011
82	Ratna dewi	503190001
83	Cindi imelia	503190021
84	Ayu uswatun hasanah	502190020
85	Endang riska rahmadani	501190313

*Sumber: data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan identitas responden pada penelitian ini sebanyak 85 orang dengan nama lengkap dan juga nomor induk mahasiswanya, di mana responden penelitian adalah laki-laki dan perempuan.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi/Jurusan

Karakteristik responden atau mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi terdiri dari 4 program studi atau jurusan. Karakteristik responden berdasarkan program studi atau jurusan digambarkan dalam tabel berikut.



Tabel 4.2

**Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi/Jurusan**

No.	Fakultas	Jumlah Responden	Persentase %
1	Ekonomi Syariah	29	34,1%
2	Akuntansi Syariah	21	24,7%
3	Manajemen Keuangan Syariah	20	23,5%
4	Perbankan Syariah	15	17,6%
Jumlah		85	100

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 85 orang responden pada penelitian ini yang paling banyak merespon adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 34,1%. Selanjutnya diikuti mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 24,27. Selanjutnya diikuti mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 23,5%. Terakhir paling sedikit adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 17,6%. Dengan demikian diharapkan semua program studi atau jurusan responden sudah terwakili atau dapat digunakan datanya dalam penelitian ini.

**B. Hasil Penelitian dan Analisis Data****1. Uji Kualitas Data****a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner penelitian yang dilakukan. Dalam uji validitas, instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data valid dan dapat dilanjutkan. Valid artinya perangkat dapat mengukur apa yang sedang diukur. Untuk menentukan validitas data dalam penelitian



ini adalah dengan melihat korelasi dari masing-masing skor item dengan skor total item seperti pada tabel berikut.

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel *Digital Payment ShopeePay* (X1)**

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
X1.1	0,890	0,213	Valid
X1.2	0,914	0,213	Valid
X1.3	0,858	0,213	Valid
X1.4	0,943	0,213	Valid
X1.5	0,920	0,213	Valid
X1.6	0,919	0,213	Valid
X1.7	0,714	0,213	Valid
X1.8	0,807	0,213	Valid
X1.9	0,806	0,213	Valid
X1.10	0,847	0,213	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2023

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel *Locus of Control* (X2)**

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
X2.1	0,769	0,213	Valid
X2.2	0,812	0,213	Valid
X2.3	0,761	0,213	Valid
X2.4	0,742	0,213	Valid
X2.5	0,823	0,213	Valid
X2.6	0,701	0,213	Valid
X2.7	0,740	0,213	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2023



Tabel 4.5

## Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel (0,05 dan df = N-2)	Keterangan
Y.1	0,851	0,213	Valid
Y.2	0,912	0,213	Valid
Y.3	0,885	0,213	Valid
Y.4	0,918	0,213	Valid
Y.5	0,892	0,213	Valid
Y.6	0,906	0,213	Valid
Y.7	0,960	0,213	Valid
Y.8	0,788	0,213	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas yang telah dilakukan menyatakan bahwa pada setiap pernyataan pada setiap variabel valid dengan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kepercayaan instrumen kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang dari waktu ke waktu. Untuk menentukan reliabilitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) dari masing-masing variabel. Apabila nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari responden pada kuisisioner dinyatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih kecil dari 0,60 maka jawaban dari responden pada kuisisioner dinyatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.



**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Pernyataan	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Digital Payment Shopeepay (X1)</i>	0,960	0,60	Reliabel
<i>Locus of Control (X2)</i>	0,878	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,962	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat dilihat bahwa semua variabel nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *digital payment shopaapay*, *locus of control* dan perilaku konsumtif adalah reliabel atau dapat dipercaya (handal) untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

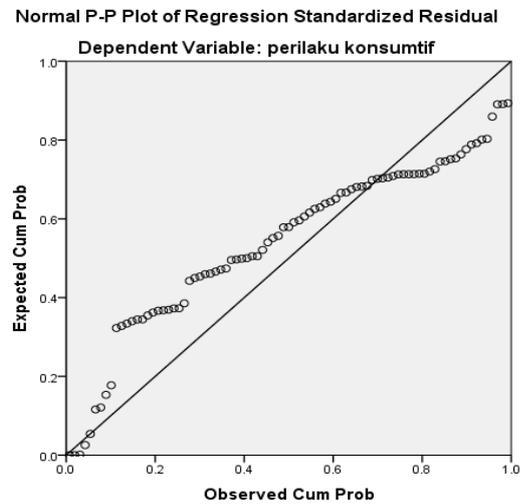
Uji normalitas data tujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.<sup>74</sup> Uji normalitas ini dapat digunakan untuk memeriksa apakah distribusi data normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>75</sup>

<sup>74</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 137

<sup>75</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: UNDIP, 2016), hlm. 154



**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

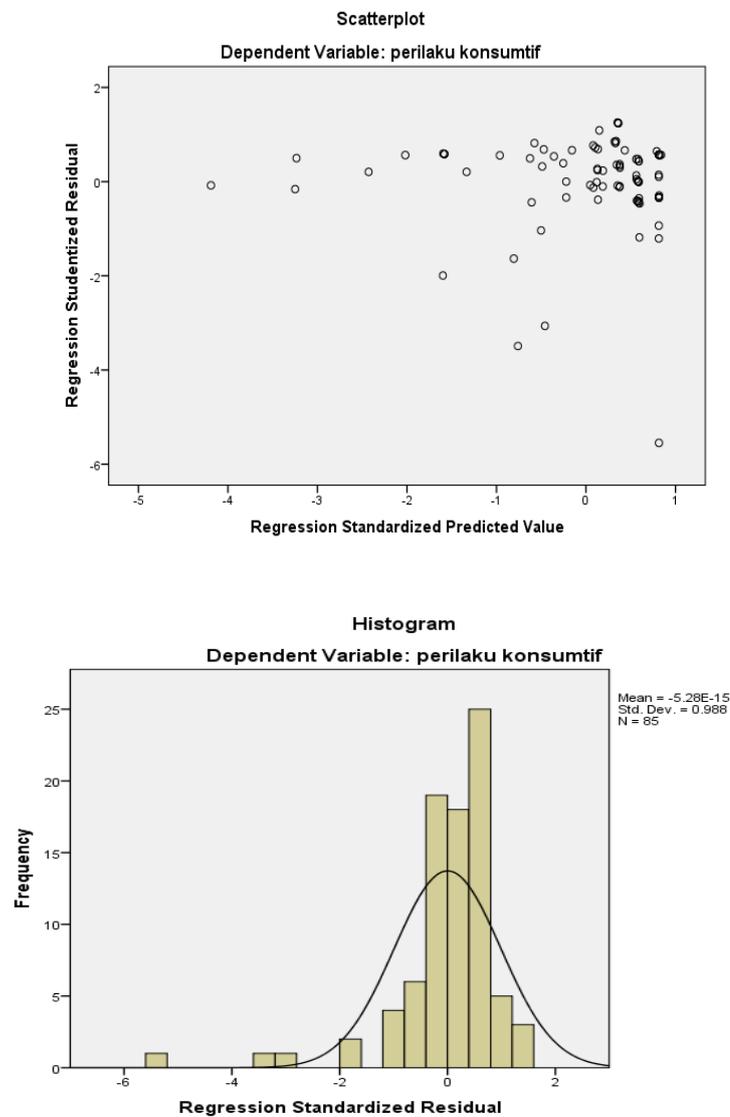


Berdasarkan analisis grafik pada gambar di atas menunjukkan pola masih mengikuti arah garis dan tidak jauh melenceng dari garis normal. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedasitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dependent dan residual. Uji heterokedesitas menghasilkan grafik pola menyebar titik-titik pada gambar berikut.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan analisis grafik *scatterplot* pada gambar di atas menunjukkan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (Independent). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflationfactor* (vif)  $>10$  maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi. Untuk dapat menentukan apakah dapat menentukan multikolinieritas dalam model regresi pada penelitian ini dapat melihat nilai VIF pada tabel berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.762	2.444		.312	.756		
digital payment	.739	.055	.829	13.433	.000	.997	1.003
locus of control	.007	.068	.007	.108	.914	.997	1.003

a. Dependent Variabel : perilaku konsumtif

Berdasarkan output tersebut dapat dilihat bahwa nilai VIF dari variabel *digital payment* shopeepay (X1)  $1,003 < 10,00$ . Nilai VIF variabel *locus of control* (X2)  $1,003 < 10,00$ . Nilai *tolerance* variabel *digital payment* shopeepay  $0,997$  variabel *locus of control*  $0,997$  lebih dari  $0,10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.



### 3. Uji Hipotesis Statistik

#### a. Uji Simultan dengan F-test

Hasil perhitungan parameter model regresi secara bersama-sama diperoleh pada tabel berikut.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Simultan dengan F-test**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1699.568	2	849.784	90.607	.000 <sup>b</sup>
Residual	769.057	82	9.379		
Total	2468.625	84			

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Locus of Control (X<sub>2</sub>), Digital Payment (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan output tersebut diketahui bahwa hasil uji F, dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  memperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 90.607 dengan membandingkan  $F_{tabel}$  sebesar 3.107  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $90.607 > 3.107$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel *digital payment ShopeePay* (X<sub>1</sub>) dan *locus of control* (X<sub>2</sub>) mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Y), dengan membandingkan taraf signifikan penelitian sebesar 0,05 maka  $0,000 < 0,05$  sehingga dikatakan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara *digital payment ShopeePay* (X<sub>1</sub>) dan *locus of control* (X<sub>2</sub>) secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

#### b. Uji Parsial dengan t-test

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independent atau *digital payment shopeepay* (X<sub>1</sub>) dan *locus of control* (X<sub>2</sub>) secara individu dalam menerangkan variabel dependen atau perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil uji t pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.



**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Parsial dengan T-test**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.762	2.444		.312	.756
1 digital payment	.739	.055	.829	13.433	.000
locus of control	.007	.068	.007	.108	.914

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

. Berdasarkan hasil output tabel, hasil uji t hitung masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- 1) *Digital payment* shopeepay (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar 13,433 lebih besar dari nilai t tabel 1.989 ( $13,433 > 1,989$ ) maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ , maka *digital payment* shopeepay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 2) *Locus of control* (X2) mempunyai nilai t hitung sebesar 0,108 lebih kecil dari nilai t tabel 1.989 ( $0,108 < 1,989$ ) maka  $H_0$  diterima. Berdasarkan nilai sig.  $0,914 > 0,05$ , maka *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

**c. Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 4.10**  
**Koefisien Determinasi R-square**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.688	.681	3.062474

a. Predictors: (Constant), Digital Payment (X2), Perilaku Konsumtif (X1)



Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0.681 angka ini menyatakan bahwa *digital payment ShopeePay* ( $X_1$ ) dan *locus of control* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ( $Y$ ) yaitu sebesar 68,1% sedangkan sisanya sebesar 31,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS statistic 20. Ringkasan hasil dari pengolahan data menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Ringkasan Hasil Regresi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.762	2.444		.312	.756		
1 digital payment	.739	.055	.829	13.433	.000	.997	1.003
locus of control	.007	.068	.007	.108	.914	.997	1.003

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 4.12 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.762 + 0.739 X_1 + 0.007 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa:



- 1) Konstanta ( $a$ ) = 0.762, ini menunjukkan bahwa *digital payment* ShopeePay ( $X_1$ ), *locus of control* ( $X_2$ ) = 0, maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.762.
- 2) Koefisien  $X_1 = 0.739$ , mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin *digital payment* ShopeePay ( $X_1$ ) akan meningkatkan perilaku konsumtif ( $Y$ ) sebesar 0,739 kali.
- 3) Koefisien  $X_2 = 0.007$ , mengandung arti bahwa setiap penambahan satu poin *locus of control* ( $X_2$ ) akan meningkatkan perilaku konsumtif ( $Y$ ) sebesar 0.007 kali.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 26 diperoleh persamaan regresi linear berganda berikut  $Y = 0.762 + 0.739 X_1 + 0.007 X_2 + e$  dari persamaan tersebut dapat dikatakan bahwa variabel *digital payment* ShopeePay ( $X_1$ ) dan *locus of control* ( $X_2$ ) dapat dijadikan alat untuk memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,739 dan 0,007.

## C. Pembahasan

### 1. Pembahasan Hasil Uji Statistik

#### a) Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay ( $X_1$ ) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ( $Y$ )

Nilai koefisien regresi *digital payment* ShopeePay ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) secara langsung adalah 0,739 dan signifikan pada 0,000 yang berarti  $H_0$  ditolak karena nilai koefisien regresi positif dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *digital payment* shopeepay ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ).

#### b) Pengaruh *Locus of Control* ( $X_2$ ) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ( $Y$ )

Nilai koefisien regresi *locus of control* ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) secara langsung adalah 0,007 dan signifikan pada 0,914



yang berarti  $H_0$  ditolak karena nilai koefisien regresi negatif dan signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,914 > 0,05$ ), hal ini berarti bahwa tidak berpengaruh antara *locus of control* (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).

## 2. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

### a) *Digital payment* ShopeePay (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)

Hasil uji regresi menunjukkan besaran nilai koefisien variabel *digital payment* ShopeePay yaitu 0,739, artinya *digital payment* ShopeePay berbanding lurus atau searah terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji  $t$  menunjukkan nilai signifikansi *digital payment* ShopeePay sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya *digital payment* ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa *digital payment* ShopeePay berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diterima atau ditolak.

Variabel *digital payment* ShopeePay memiliki nilai uji  $t_{hitung}$  sebesar 13.433 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1.989 maka dapat dikatakan  $13.433 > 1.989$  menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel *digital payment* ShopeePay (X1) terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Viani Naufalia bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana kemudahan yang diberikan *digital payment* membuat masyarakat menjadi konsumtif.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan *digital payment* ShopeePay mengubah perilaku mahasiswa menjadi konsumtif. Hal ini mungkin disebabkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum mampu

<sup>76</sup> Viani Naufalia, Pengaruh *Digital Payment* dan *E-Service Quality* terhadap Perilaku Konsumtif, Jurnal Pariwisata, Bisnis *Digital* dan Manajemen, Vol. 01, No. 1 Mei 2022, hlm. 1



memanfaatkan kemudahan transaksi tersebut dengan bijak sesuai kebutuhannya, sehingga mereka menjadi boros.

Dalam perspektif Islam, manusia sebagai *khalifah* harus menggunakan ilmu sebagai syarat utama untuk membangun peradaban dan teknologi modern, artinya teknologi dan hasilnya harus digunakan untuk tujuan baik (*makruf*) dan bukannya untuk tujuan yang salah (mungkar/maksiat). Teknologi harus digunakan sebagai sarana untuk memperkaya alam dan tidak boleh digunakan untuk merusak alam. Khalifah bertanggung jawab mengatur kehidupan manusia sebagai amanah yang besar berdasarkan wahyu dan syariat Allah agar kehidupan manusia teratur dan mendatangkan keridhoan Allah Swt.

**b) *Locus of control* (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)**

Hasil uji regresi menunjukkan besaran nilai koefisien variabel *locus of control* yaitu 0,007. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi *locus of control* sebesar 0,914 lebih besar dari 0,05. Artinya *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis (H<sub>0</sub>) yang menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diterima atau ditolak.

Variabel *locus of control* memiliki nilai uji  $t_{hitung}$  sebesar 0.108 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1.989 maka dapat dikatakan  $0.108 < 1.989$  menunjukkan tidak berpengaruh signifikan antara variabel *locus of control* (X<sub>2</sub>) terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

Hal ini tidak sejalan penelitian yang dilakukan Nailatul Hidayah dengan yang menyatakan bahwa *locus of control* (LoC) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini

<sup>77</sup> Nailatul Hidayah, Pengaruh Uang Saku, *Locus Of Control*, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif?, *Economic Education Analysis Journal*, Vol.7, No. 3, 2018, hlm. 1025



menyatakan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh sehingga tinggi rendahnya *locus of control* tidak mampu mengubah perilaku konsumtif. Hal ini mungkin disebabkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum mampu meningkatkan *locus of control* dirinya dengan baik dalam hasrat berbelanja. Selain itu responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan yang mana perempuan lebih sulit mengontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hera Wati dengan judul “Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia” yang menyatakan bahwa mahasiswi menilai selebgram endors yang mereka ikuti cukup tinggi dalam memiliki *trustworthy* (kepercayaan), *attractiveness* (daya tarik), dan *expertise* (keahlian). Melalui instagram mahasiswi lebih mudah melakukan perilaku konsumtif artinya selebgram endors berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.<sup>78</sup> Maka dari itu kebiasaan mahasiswa cenderung meniru menjadikan *locus of control* tidak berpengaruh dalam penelitian ini. Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data yang diperoleh bahwa mahasiswa cenderung konsumtif karena lebih sering membeli barang atau jasa yang sedang populer dan membeli barang karena diskon.

Dalam konteks budaya konsumtif, hal ini sangat dilarang oleh islam sebagaimana firman Allah Swt. Q.S. Al A’raf (7) ayat 31 yang berbunyi: “*Wahai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*”. Jika konsep islam tentang konsumsi dipahami dengan baik, maka manusia dapat membatasi keinginannya sesuai dengan kebutuhannya.

<sup>78</sup> Hera Wati, Pengaruh Selebgram sebagai *celebrity Endorsment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi, *Sosietas*, 9(2), 2019, hlm. 1



c) **Digital payment ShopeePay (X<sub>1</sub>) dan locus of control (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)**

Selanjutnya diketahui bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 90.607 dengan membandingkan  $f_{tabel}$  sebesar 3.107.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $90.607 > 3.107$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Dengan membandingkan taraf signifikan penelitian sebesar 0,05 maka  $0,000 < 0,05$  sehingga dikatakan ada pengaruh signifikan antara *digital payment ShopeePay* (X<sub>1</sub>) dan *locus of control* (X<sub>2</sub>) secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) ditabel 4.10 Dapat nilai koefisien sebesar 0.681 atau 68,1% yang menyatakan bahwa variabel *digital payment ShopeePay* (X<sub>1</sub>) dan *locus of control* (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) sedangkan sisanya 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh model penelitian ini.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *digital payment* shopeepay dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan besaran nilai koefisien variabel *digital payment* ShopeePay yaitu 0,739, artinya *digital payment* ShopeePay berbanding lurus atau searah terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi *digital payment* ShopeePay sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya *digital payment* ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan besaran nilai koefisien variabel *locus of control* yaitu 0,007. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi *locus of control* sebesar 0,914 lebih besar dari 0,05. Artinya *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- 3) Berdasarkan uji simultan F-test  $f_{hitung}$  sebesar 90.607 dengan membandingkan  $f_{tabel}$  sebesar 3.107.  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $90.607 > 3.107$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Dengan membandingkan taraf signifikan penelitian sebesar 0,05 maka  $0,000 < 0,05$  sehingga dikatakan ada pengaruh signifikan antara *digital payment ShopeePay* ( $X_1$ ) dan *locus of control* ( $X_2$ ) secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ( $Y$ ).



## B. Implikasi

Temuan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi pembayaran dengan meningkatkan *locus of control* internal sehingga hidup praktis sebagai mahasiswa dan tidak menjadi konsumtif.

## C. Saran

### 1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini yaitu agar memanfaatkan *digital payment* ShopeePay dengan bijak dan mahasiswa dapat meningkatkan *locus of control* dirinya serta lebih rasional dalam membeli produk yang dibutuhkan agar tidak terjadi peningkatan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Berkaitan dengan perilaku konsumtif agar menambah variabel lain yang lebih sejalan dan memperkuat pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.



## DAFTAR PUSTAKA

- AL-Quran dan Terjemahannya, (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002)
- Bimo Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: ANDI, 2003).
- Damsar dan Indriyani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2019).
- Firmansyah dan Dacholfany M. Ihsan, *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam*, (Lampung: CV. IQRO', 2018).
- Garry Martin dan Joseph Pear, *Modifikasi Perilaku Makna dan Penyerapannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: UNDIP, 2016).
- Mangkunegara, AA. Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012)
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019)
- M. Dahlan Yacub al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994).
- Robbins, P. Stephen. *Perilaku Organisasi, Edisi Kelima*, (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edi-3. Cet-1. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).
- Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*. (Bandung: Alfabeta, Cv, 2002)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung Alfabeta, 2021).

Teguh Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi, Teori, Dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015).

## Jurnal

Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2020). "Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2 (02)

Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). "Pengaruh uang saku, *locus of control*, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif". *Economic Education Analysis Journal*, 7 (3), 1025-1039.

Houston, D. D. (2019). "Adopsi Penerimaan *Digital Payment* Pada Kalangan Milenial". Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi". 7 (2), 55-67.

Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7 (2), 209-224.

Kusuma, V. T. (2020). "Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa di Universitas Raharja". *JI-Tech: Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 16 (2), 50-54.

Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). "Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pengguna *Platform Digital Payment OVO*)". *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16 (1), 107-126.

Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam". *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 4 (1), 31-48.

## Skripsi/Thesis/Disertasi

Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*", (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

Saputra, I. P. (2019). "Analisis Efektivitas Penggunaan *Digital Payment* Pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya". (Skripsi, Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya).



Syifa, L. (2019). “Pengaruh kemudahan penggunaan mobile banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Kejuruan UIN Syarif Hidayatullah).

Septiana, S. (2022). “Pengaruh Kemudahan Akses Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Digital Payment Shopeepay* Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2019 Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”. (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

### Website

Akademik dan kemahasiswaan, Diakses pada 11 November 2022, <https://uinjambi.ac.id/statistik/akademik-kemahasiswaan/>

Dinda Ayu Widiastuti. *ShopeePay Resmi Dirilis Di Indonesia*, Diakses pada 6 Desember 2022, <https://www.tek.id.com>

Raihan Hasya, E-Wallet terpopuler di Indonesia 2022, Diakses pada 29 November 2022, <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>

Saidun Fiddaraini. (2022). Gaya hidup konsumtif dalam pandangan islam. Diakses pada 29 November 2022, <https://www.kuliahislam.com/2022/01/gaya-hidup-konsumtif-dalam-pandangan-html?m=1>



## Lampiran I : Kuisisioner Penelitian

### **PENGARUH *DIGITAL PAYMENT SHOPEEPAY* DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA**

#### **Petunjuk Pengisian**

- a. Mohon isi skala ini dengan menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
- b. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawabannya.
- c. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama, kemudian pilihlah jawaban  $\surd$  pada salah satu pilihan yang telah disediakan sesuai dengan kenyataan yang Anda alami dengan jujur.
- d. Keterangan jawaban yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju	Diberi skor 1
TS : Tidak Setuju	Diberi skor 2
R : Ragu-ragu	Diberi skor 3
S : Setuju	Diberi skor 4
SS : Sangat Setuju	Diberi skor 5
- e. Identitas pribadi responden tidak akan dipublikasikan atau tetap dirahasiakan.

#### A. Karakteristik Responden

1. Nama (Lengkap) :
2. NIM :
3. Prodi/Jurusan :
4. Fakultas :
5. Angkatan :

#### B. Deskripsi Transaksi Responden

1. Apakah anda pernah memiliki dan menggunakan Shopee?
  - a) Pernah
  - b) Tidak pernah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

2. Sistem pembayaran digital apa yang anda gunakan untuk bertransaksi?
  - a) ShopeePay
  - b) Dana
  - c) Link Aja
  - d) Gopay
  - e) OVO
3. Apakah anda pernah bertransaksi menggunakan ShopeePay minimal 3 kali?
  - a) Pernah
  - b) Tidak pernah

**Tabel 1. Daftar Pernyataan Kuisiner *Digital Payment* ShopeePay (X)**

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
<b><i>Perceived Ease of Use</i></b>						
1.	Penggunaan <i>digital payment ShopeePay</i> memberikan kemudahan dalam hal penggunaannya serta pengaplikasiannya.					
2.	Semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis dengan <i>digital payment ShopeePay</i> .					
<b><i>Perceived Usefullnes</i></b>						
3.	<i>Digital Payment ShopeePay</i> sangat efektif dalam membantu pembayaran kebutuhan sehari-hari (listrik, pulsa, belanja online, dan lain-lain).					
4.	Dengan adanya <i>digital payment ShopeePay</i> kita dapat melakukan transaksi pembayaran dimanapun dan kapanpun selama jaringan mendukung.					
<b><i>Perceived Credibility</i></b>						
5.	Selama awal pemakaian hingga saat ini saya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

	merasa aman menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i> .					
6.	Saldo tidak pernah berkurang sedikitpun tanpa sepengetahuan pemilik akun.					
<b>Sosial Influence</b>						
7.	Saya menggunakan digital payment ShopeePay karena direkomendasikan oleh teman.					
8.	Penggunaan <i>digital payment ShopeePay</i> dikarenakan adanya iklan-iklan di televisi maupun di media lain yang memaparkan keuntungan menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i> .					
<b>Behavior Intentions</b>						
9.	Saya menggunakan <i>digital payment ShopeePay</i> rata-rata lebih dari 3 kali dalam sebulan.					
10.	<i>Digital payment ShopeePay</i> paling sering saya gunakan untuk belanja online serta untuk pembelian voucher listrik.					

**Tabel 2. Daftar Pernyataan Kuisisioner *Locus of Control* (X2)**

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
<b><i>Locus of Control Internal</i></b>						
<b>Kemampuan</b>						
1.	Saya yakin mampu mengendalikan keinginan saya dan hanya membeli barang sesuai kebutuhan.					

<b>Minat</b>					
2.	Saya lebih suka menabung daripada membeli barang yang saya inginkan tapi belum saya butuhkan.				
<b>Usaha</b>					
3.	Saya selalu berusaha untuk menghemat pengeluaran bulanan.				
<b>Locus of Control Eksternal</b>					
<b>Nasib</b>					
4.	Saya percaya ketika saya bisa membeli semua yang saya inginkan, karena memang sudah nasib saya.				
<b>Keberuntungan</b>					
5.	Saya merasa saat bisa membeli apapun yang saya mau itu adalah keberuntungan dalam hidup saya.				
<b>Sosial Ekonomi</b>					
6.	Saya membeli produk yang saya inginkan karena selalu mendapatkan uang saku lebih dari orang tua saya.				
<b>Pengaruh orang lain</b>					
7.	Saya sering membeli produk karena melihat teman, selebriti endors, dan idola saya memakainya dan saya menyukainya.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi



**Tabel 3. Daftar Pernyataan Kuisioner Perilaku Konsumtif (Y)**

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Membeli produk karena iming-iming hadiah</b>						
1.	Apabila ada penawaran diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum tentu dibutuhkan.					
<b>Membeli produk karena kemasannya menarik</b>						
2.	Kemasan suatu produk yang rapi dan menarik juga menentukan saat ingin membeli suatu produk.					
<b>Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi</b>						
3.	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan trendy.					
<b>Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)</b>						
4.	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal.					
<b>Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status</b>						
5.	Membeli dan memiliki produk import dan bermerek (branded) menemukan status sosial.					

<b>Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan</b>					
6.	Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis influencer idola saya.				
<b>Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi</b>					
7.	Saya membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerek akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang.				
<b>Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)</b>					
8.	Saya memiliki dua barang atau lebih (gadget, jam tangan,sepatu,tas,kosmetik,dll) yang sejenis dengan merek yang berbeda.				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## Lampiran II : Data Responden

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Program Studi
1	Welly Oktaviyanti	501190263	Ekonomi Syariah
2	Dea Sriutami	501190265	Ekonomi Syariah
3	Mareta Elesia Putri	501190253	Ekonomi Syariah
4	Widia	501190255	Ekonomi Syariah
5	Olifvia Putri Adeliyani	501190272	Ekonomi Syariah
6	Windi herlin dera	501190256	Ekonomi Syariah
7	Nazla Febriani Putri	501190259	Ekonomi Syariah
8	Rekha Afiah	501190251	Ekonomi Syariah
9	Ade Irma Triani	501190270	Ekonomi Syariah
10	Desmiya Fitri	501190088	Ekonomi Syariah
11	Amelia Novia Pitri	501190183	Ekonomi Syariah
12	Halimah	501190262	Ekonomi Syariah
13	Anti widiyani	501190271	Ekonomi Syariah
14	M. Siddiqi	501190218	Ekonomi Syariah
15	Elina Decelita Wahyuni	504190033	Manajemen Keuangan Syariah
16	Dara Anjelita	501190274	Ekonomi Syariah
17	Meysi Anggraini	501190044	Ekonomi Syariah
18	Nita Andriani	501190305	Ekonomi Syariah
19	Silky Ikrima	501190315	Ekonomi Syariah
20	Muammar	501190126	Ekonomi Syariah
21	Willyardo Oneja	501190269	Ekonomi Syariah
22	Jumianti	501190273	Ekonomi Syariah
23	Rezki febriani	504190001	Manajemen Keuangan Syariah
24	Salsabilla putri	504190061	Manajemen Keuangan Syariah
25	Dewi fitriyana	504190041	Manajemen Keuangan Syariah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

26	Suci wulan sari	504190048	Manajemen Keuangan Syariah
27	Weny wijayanti	504190035	Manajemen Keuangan Syariah
28	Murni purnama sari	504190052	Manajemen Keuangan Syariah
29	Tri wicaksono	504190064	Manajemen Keuangan Syariah
30	Perdana putra	504190032	Manajemen Keuangan Syariah
31	Arban dwi saputri	503190013	Akuntansi Syariah
32	Julia	503190028	Akuntansi Syariah
33	Rini setiawati	503190009	Akuntansi Syariah
34	Mistiani	503190005	Akuntansi Syariah
35	Dina ranvica	503190016	Akuntansi Syariah
36	Zumiati lestari	503190017	Akuntansi Syariah
37	Hupriah futri	503190018	Akuntansi Syariah
38	Maria ulfa	501190039	Ekonomi Syariah
39	Putri rizky ramadhani	501190143	Ekonomi Syariah
40	Ayu putri lestari	501190139	Ekonomi Syariah
41	Novella febiana	501190119	Ekonomi Syariah
42	Dina ramadanti	501190093	Ekonomi Syariah
43	Sabita az-zahra	501190189	Ekonomi Syariah
44	Dewi untari	501190375	Ekonomi Syariah
45	Dwi agis hanazvindra	504190057	Manajemen Keuangan Syariah
46	Indiskayani	504190050	Manajemen Keuangan Syariah
47	Puja aprilia	504190053	Manajemen Keuangan Syariah
48	Nadia maharani	504190046	Manajemen Keuangan Syariah
49	M. Rizki cahya wardana	504190077	Manajemen Keuangan Syariah
50	Nurul ardilah	504190047	Manajemen Keuangan Syariah
51	Ranti pramesti	504190038	Manajemen Keuangan Syariah
52	Rhada ardiansyah	504190039	Manajemen Keuangan Syariah

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA JAMBI  
J. A. M. A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

53	Deni supriyadi	504190051	Manajemen Keuangan Syariah
54	Bintang ferdian	504190043	Manajemen Keuangan Syariah
55	Cici salmaida	504190060	Manajemen Keuangan Syariah
56	Nida fatihah	502190003	Perbankan Syariah
57	Nursyafni safia	502190004	Perbankan Syariah
58	M. Ikhsanudin	502190005	Perbankan Syariah
59	Biesriani	502190006	Perbankan Syariah
60	Sindi safitri	502190007	Perbankan Syariah
61	Lia anjeli	502190008	Perbankan Syariah
62	Rifqi abdillah	502190024	Perbankan Syariah
63	Jose arwando	502190029	Perbankan Syariah
64	M. Zaky hartanto	502190030	Perbankan Syariah
65	Muhammad filza thriyandha	502190031	Perbankan Syariah
66	Hayatullah	502190034	Perbankan Syariah
67	Amirul mukminin	502190037	Perbankan Syariah
68	Abu bakar syidik	502190019	Perbankan Syariah
69	Alinda deviana	502190013	Perbankan Syariah
70	Diah maulida afifah	503190003	Akuntansi Syariah
71	Boby indrawan	503190020	Akuntansi Syariah
72	Achien septa	503190008	Akuntansi Syariah
73	Raihan saputra	503190006	Akuntansi Syariah
74	Nur fahmi	503190065	Akuntansi Syariah
75	Ahmad maulana syarifuddin	503190019	Akuntansi Syariah
76	Khairun najwa	503190030	Akuntansi Syariah
77	Silfi afrianti	503190025	Akuntansi Syariah
78	Seppy indriyani	503190015	Akuntansi Syariah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

79	Ika jasuma putri	503190023	Akuntansi Syariah
80	Frederik cantona	503190007	Akuntansi Syariah
81	Nureni wildayani	503190011	Akuntansi Syariah
82	Ratna dewi	503190001	Akuntansi Syariah
83	Cindi imelia	503190021	Perbankan Syariah
84	Ayu uswatun hasanah	502190020	Perbankan Syariah
85	Endang riska rahmadani	501190313	Ekonomi Syariah

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. J.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

### Lampiran III : Hasil Kuisisioner dari Responden

#### Hasil Kuisisioner dari Responden *Digital Payment Shopeepay (X1)*

N0.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
1	5	5	5	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	4	5
7	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	4	4	5	5	4
10	5	5	5	4	4	5	4
11	5	5	5	5	5	4	3
12	5	5	5	5	4	4	3
13	5	5	5	4	4	4	3
14	4	5	3	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5
16	1	1	2	2	2	1	4
17	4	4	4	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5
20	1	1	1	1	1	1	1
21	2	2	2	2	2	2	2
22	4	4	5	5	5	5	2
23	5	5	4	5	4	4	5
24	5	4	5	5	5	4	5
25	5	4	5	5	4	5	5
26	5	5	4	5	5	5	4
27	4	5	5	5	4	5	4
28	5	5	4	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5	5	4
30	4	5	5	5	4	4	5
31	5	5	5	5	5	5	4
32	5	5	5	5	5	5	4
33	4	5	5	5	4	5	5
34	5	5	5	5	5	4	5
35	5	5	5	5	5	5	5
36	5	4	5	5	5	5	3
37	5	5	5	5	5	5	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

38	5	5	5	5	5	5	4
39	5	5	5	5	5	5	4
40	4	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5
44	4	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	4	5	5	5	5
47	4	5	4	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5
52	4	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	4	5	5
54	5	5	5	5	5	5	4
55	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	4	5	5	5	4
57	5	5	5	5	5	5	4
58	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	4	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	4
65	5	5	5	5	5	5	4
66	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	4
75	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	4	5
79	5	5	5	5	5	5	5

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. J.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

80	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5

N0.	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
1	5	4	4	44
2	4	4	4	40
3	5	4	5	44
4	5	5	5	50
5	4	4	4	41
6	4	5	4	47
7	4	4	4	40
8	3	3	2	36
9	4	4	4	44
10	5	4	4	45
11	4	4	4	44
12	3	3	5	42
13	4	5	5	44
14	4	5	5	42
15	5	5	5	50
16	2	2	2	19
17	3	3	3	33
18	4	4	4	40
19	5	5	5	50
20	1	1	1	10
21	2	2	2	20
22	4	4	4	42
23	3	4	5	44
24	3	4	5	45
25	5	4	5	47
26	3	4	5	45
27	3	4	5	44
28	3	4	5	45
29	4	4	5	47
30	5	4	5	46
31	4	5	5	48
32	4	5	5	48
33	4	5	5	47

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. S. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

34	4	4	5	47
35	4	5	5	49
36	5	5	5	47
37	4	5	5	48
38	4	5	5	48
39	5	5	5	49
40	5	4	5	48
41	4	4	5	48
42	5	4	5	49
43	5	5	5	50
44	5	5	4	48
45	5	4	5	49
46	5	4	5	48
47	5	5	4	47
48	5	5	5	50
49	4	5	4	48
50	5	5	5	50
51	4	5	4	48
52	5	5	5	49
53	5	5	5	49
54	5	5	5	49
55	5	5	5	50
56	5	4	5	47
57	5	5	5	49
58	5	5	5	50
59	5	5	5	49
60	5	3	5	47
61	5	4	5	49
62	5	5	5	49
63	5	5	5	50
64	5	4	4	47
65	5	4	4	47
66	4	5	5	49
67	4	4	4	40
68	5	4	5	49
69	5	5	5	50
70	5	5	4	49
71	5	5	5	49
72	5	4	5	49
73	5	5	5	47
74	5	5	4	48
75	5	4	4	48

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

76	5	5	5	50
77	5	5	5	50
78	5	5	4	48
79	5	3	5	48
80	5	5	5	50
81	5	5	5	50
82	5	5	5	50
83	5	4	5	49
84	5	5	5	50
85	5	5	5	50

**Hasil Kuisisioner dari Responden *Locus of Control* (X2)**

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	5	4	4	4	5	4	30
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	5	4	5	5	3	4	30
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	5	4	4	4	4	4	4	29
9	4	3	4	4	4	4	4	27
10	5	5	4	4	4	4	4	30
11	4	4	5	4	4	5	2	28
12	5	4	5	1	3	1	1	20
13	4	4	4	4	4	4	2	26
14	4	5	5	4	5	3	4	30
15	5	5	5	2	2	2	2	23
16	1	2	2	2	2	2	2	13
17	3	3	3	3	3	3	3	21
18	4	4	4	2	2	2	2	20
19	1	1	2	1	1	1	1	8
20	1	1	1	1	1	1	1	7
21	2	2	2	2	2	2	2	14
22	4	4	4	4	5	2	3	26
23	3	3	2	3	4	3	3	21
24	3	3	3	3	4	3	3	22
25	2	3	3	3	4	3	3	21
26	3	2	3	4	3	2	3	20
27	2	2	3	4	3	4	3	21

28	2	3	4	3	3	2	3	20
29	2	2	3	3	3	2	3	18
30	3	2	3	4	3	3	3	21
31	3	2	3	3	3	2	3	19
32	2	3	3	3	3	3	3	20
33	3	3	3	3	3	3	4	22
34	2	3	3	3	3	3	2	19
35	2	3	3	3	3	3	3	20
36	3	3	4	3	3	2	3	21
37	2	3	3	3	3	3	3	20
38	2	3	3	4	3	3	3	21
39	3	3	3	4	3	2	3	21
40	3	3	3	3	3	3	3	21
41	3	2	3	3	4	3	2	20
42	2	3	3	3	3	2	3	19
43	3	3	2	3	4	5	3	23
44	3	2	3	3	3	3	3	20
45	1	2	3	3	3	3	3	18
46	2	3	3	4	3	3	3	21
47	3	4	3	4	4	3	3	24
48	3	2	3	3	3	4	3	21
49	2	2	3	3	3	3	3	19
50	3	3	3	3	3	3	3	21
51	2	2	3	4	3	3	3	20
52	2	3	3	3	3	4	3	21
53	4	2	3	3	3	3	3	21
54	3	3	3	4	3	3	3	22
55	3	3	3	3	3	3	3	21
56	2	3	3	4	3	3	3	21
57	3	3	3	4	3	2	3	21
58	2	3	4	3	3	3	3	21
59	3	2	3	3	3	3	3	20
60	2	2	3	3	4	3	3	20
61	3	3	3	3	3	3	3	21
62	2	2	3	3	3	3	3	19
63	3	3	3	3	3	3	3	21
64	4	3	4	3	3	4	3	24
65	2	2	3	4	4	3	3	21
66	1	2	3	4	3	2	3	18
67	3	3	3	3	3	3	3	21
68	2	3	2	3	2	3	2	17
69	2	2	4	3	4	3	3	21

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

70	3	3	3	3	3	3	3	21
71	1	3	3	3	4	3	3	20
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	2	2	3	3	2	3	3	18
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	3	3	3	3	3	3	21
76	2	3	3	4	4	3	3	22
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	3	3	3	3	3	3	3	21
79	3	2	2	3	3	4	3	20
80	3	2	3	3	4	3	4	22
81	2	2	3	4	3	3	3	20
82	3	3	3	3	3	3	3	21
83	2	2	2	2	2	2	2	14
84	4	4	4	4	4	4	3	27
85	3	3	3	3	3	4	3	22

**Hasil Kuisisioner dari Responden Perilaku Konsumtif (Y)**

NO.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	4	5	5	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
6	4	5	4	5
7	4	4	4	4
8	4	5	2	4
9	4	4	4	4
10	5	4	4	4
11	2	2	2	3
12	1	3	4	1
13	4	4	4	4
14	4	4	5	4
15	2	2	2	2
16	1	2	2	2
17	3	3	3	3
18	2	2	2	2
19	5	5	5	5
20	1	1	1	1
21	2	2	2	2



22	2	5	4	2
23	5	5	4	5
24	5	5	4	4
25	4	5	5	4
26	3	5	5	5
27	4	5	4	5
28	4	5	4	5
29	4	5	5	5
30	4	5	5	5
31	4	5	5	4
32	4	5	5	5
33	4	5	5	5
34	4	5	5	5
35	4	5	5	4
36	3	5	4	5
37	5	5	5	5
38	4	5	4	5
39	4	5	5	5
40	5	5	5	5
41	4	5	5	5
42	4	5	5	5
43	5	5	5	5
44	5	5	4	5
45	4	5	5	5
46	4	5	5	5
47	5	5	4	4
48	4	5	5	5
49	5	5	5	5
50	4	5	5	5
51	5	5	5	5
52	4	5	5	5
53	4	5	5	5
54	3	5	5	4
55	5	5	5	5
56	4	5	5	5
57	4	5	5	5
58	4	5	5	5
59	4	5	5	5
60	4	5	5	5
61	4	5	5	4
62	3	5	5	5
63	5	5	5	5

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. S. J.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

64	4	5	5	5
65	4	5	5	5
66	4	4	5	5
67	4	4	4	4
68	5	5	5	4
69	4	5	5	5
70	4	5	5	5
71	4	5	5	5
72	4	5	5	5
73	4	5	5	4
74	4	5	5	5
75	5	5	5	5
76	5	5	5	5
77	4	5	5	5
78	4	5	5	5
79	4	5	5	5
80	4	5	5	5
81	5	5	5	5
82	4	5	4	5
83	4	5	5	5
84	5	5	5	5
85	5	5	5	5

N0.	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
1	4	4	4	5	33
2	4	4	4	4	32
3	5	4	4	4	35
4	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	32
6	3	5	5	4	35
7	4	4	4	4	32
8	1	3	3	4	26
9	5	5	5	5	36
10	5	4	5	5	36
11	2	2	3	4	20
12	1	1	1	4	16
13	4	4	4	4	32
14	4	4	4	5	34
15	2	2	2	2	16
16	1	2	1	2	13
17	3	3	3	3	24

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. 15 13

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

18	2	2	2	2	16
19	5	5	5	5	40
20	1	1	1	1	8
21	2	2	2	2	16
22	2	2	3	4	24
23	4	4	4	4	35
24	5	4	5	4	36
25	5	4	5	4	36
26	4	4	5	4	35
27	5	4	5	4	36
28	4	3	5	4	34
29	5	5	5	5	39
30	5	4	5	4	37
31	5	4	5	5	37
32	4	4	5	5	37
33	5	4	5	5	38
34	4	4	5	5	37
35	5	5	5	4	37
36	5	5	5	5	37
37	4	4	5	5	38
38	5	5	5	5	38
39	5	5	5	5	39
40	4	5	5	5	39
41	4	5	5	5	38
42	5	5	5	4	38
43	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	39
45	5	4	5	5	38
46	5	5	5	4	38
47	5	5	5	5	38
48	5	4	5	5	38
49	5	5	5	5	40
50	3	5	5	4	36
51	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	39
53	5	4	5	4	37
54	5	5	5	5	37
55	5	5	5	5	40
56	5	4	5	3	36
57	4	4	5	5	37
58	5	5	5	4	38
59	4	5	5	5	38

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM KEJURUAN  
SAIFUDDIN THAHA JAMBI  
J. A. 1411

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

60	4	5	5	3	36
61	5	5	5	4	37
62	5	5	5	5	38
63	5	5	5	5	40
64	4	5	5	5	38
65	5	4	5	4	37
66	5	4	5	3	35
67	4	4	4	4	32
68	5	5	5	5	39
69	5	4	5	5	38
70	5	5	5	4	38
71	5	5	5	5	39
72	5	5	5	4	38
73	5	4	5	4	36
74	5	4	5	4	37
75	5	5	5	5	40
76	4	5	5	4	38
77	5	5	5	5	39
78	5	5	5	5	39
79	5	5	5	5	39
80	5	5	5	4	38
81	5	4	5	5	39
82	4	5	4	5	36
83	4	5	4	5	37
84	5	5	5	5	40
85	5	5	5	5	40

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. M. J.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

## Lampiran IV : Uji Validitas

### UJI VALIDITAS X1

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.889**	.810**	.832**	.842**	.802*	.513**	.628**	.640**	.741**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.889**	1	.798**	.857**	.832**	.835*	.578**	.657**	.694**	.758**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.810**	.798**	1	.823**	.768**	.754*	.515**	.655**	.627**	.671**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.4	Pearson Correlation	.832**	.857**	.823**	1	.905**	.885*	.640**	.681**	.701**	.826**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.5	Pearson Correlation	.842**	.832**	.768**	.905**	1	.868*	.602**	.699**	.713**	.721**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.6	Pearson Correlation	.802**	.835**	.754**	.885**	.868**	1	.554**	.734**	.732**	.763**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.7	Pearson Correlation	.513**	.578**	.515**	.640**	.602**	.554*	1	.612**	.534**	.570**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.8	Pearson Correlation	.628**	.657**	.655**	.681**	.699**	.734*	.612**	1	.637**	.605**	.807**
	Sig. (2-tailed)											

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

X1.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.640**	.694**	.627**	.701**	.713**	.732*	.534**	.637**	1	.648**	.806**
X1.10	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.741**	.758**	.671**	.826**	.721**	.763*	.570**	.605**	.648**	1	.847**
X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.890**	.914**	.858**	.943**	.920**	.919*	.714**	.807**	.806**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

## UJI VALIDITAS X2

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.731**	.690**	.305**	.470**	.394**	.369**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.000	.000	.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.731**	1	.729**	.423**	.553**	.398**	.409**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.690**	.729**	1	.395**	.540**	.301**	.368**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.005	.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X2.4	Pearson Correlation	.305**	.423**	.395**	1	.702**	.561**	.716**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000

X2.5	N	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.470**	.553**	.540**	.702**	1	.552**	.658**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
X2.6	N	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.394**	.398**	.301**	.561**	.552**	1	.577**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000
X2.7	N	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.369**	.409**	.368**	.716**	.658**	.577**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	.000		.000
X2	N	85	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.769**	.812**	.761**	.742**	.823**	.701**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85

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

## UJI VALIDITAS Y

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.732**	.642**	.767**	.727**	.755**	.791**	.644**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.2	Pearson Correlation	.732**	1	.844**	.840**	.731**	.780**	.869**	.716**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.3	Pearson Correlation	.642**	.844**	1	.769**	.791**	.750**	.835**	.671**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85

Y.4	Pearson Correlation	.767**	.840**	.769**	1	.761**	.833**	.899**	.652**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.5	Pearson Correlation	.727**	.731**	.791**	.761**	1	.789**	.882**	.612**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.6	Pearson Correlation	.755**	.780**	.750**	.833**	.789**	1	.850**	.673**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.7	Pearson Correlation	.791**	.869**	.835**	.899**	.882**	.850**	1	.685**	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y.8	Pearson Correlation	.644**	.716**	.671**	.652**	.612**	.673**	.685**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Y	Pearson Correlation	.851**	.912**	.885**	.918**	.892**	.906**	.960**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

## Lampiran V : Uji Reliabilitas

### UJI RELIABILITAS X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	10

### UJI RELIABILITAS X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	7

### UJI RELIABILITAS Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.962	8



## RIWAYAT HIDUP



### 1. Identitas Diri

Nama : Zahratud Diniah  
Nim : 501190268  
Tempat, Tanggal Lahir : Pancuran Gading, 09 Desember 2001  
Alamat : Dusun Pancuran Gading, RT 08 Desa Ulak Banjar  
Rambahan, Kec. Tebo Ulu  
No. HP : 0822-4643-8977/0831-5759-7695  
E-mail : [zahratuddiniah01@gmail.com](mailto:zahratuddiniah01@gmail.com)

### 2. Latar Belakang Pendidikan

1. SDN 66/VIII Teluk Kasai Rambahan	Tahun 2007 - 2013
2. MTsN 5 Teluk Kasai Rambahan	Tahun 2013 - 2016
3. SMKN 7 Rantau Langkap	Tahun 2016 - 2019
4. UIN STS Jambi	Tahun 2019 – Sekarang

### 3. Pengalaman Organisasi

1. Penari Tari Sekapur Sirih	Tahun 2012 - 2016
2. Drum Band Gita Bahana MTsN 5 Rambahan	Tahun 2014 - 2016
3. Juara 3 Lomba Cipta Baca Puisi Provinsi	Tahun 2017
4. Club Olahraga Voli Putri	Tahun 2017
5. Juara 1 Fahmil Qur'an	Tahun 2018

### Motto Hidup :

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”- Ali bin Abi Thalib

@ Hak cipta milik UIN Suttha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J. A. S. U. J.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi