

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE
PAYLATER PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Oleh:

PRISTASIWI NA'IMATUR MIRANDA

NPM. 2003012034



Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM IAIN METRO

1445 H / 2024 M

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE
PAYLATER PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

PRISTASIWI NA'IMATUR MIRANDA

NPM. 2003012034

Pembimbing : Putri Swastika, Ph.D.

**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445H / 2024M



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296;
website: www.metroain.ac.id; E-mail: mail@ainmetro.metroain.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di -
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi :

Nama : PRISTASIWI NA'IMATUR MIRANDA
NPM : 2003012034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA
FEBI IAIN METRO

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalamua 'alaikum Wr. Wb

Metro, 13 Mei 2024

Dosen Pembimbing


Putri Swastika, M.I.F., Ph.D.
NIP.19861030 201901 2 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Nama : PRISTASIWI NA'IMATUR MIRANDA

NPM : 2003012034

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 13 Mei 2024

Dosen Pembimbing


Putri Swastika, M.I.F., Ph.D.
NIP.19861030 201901 2 001



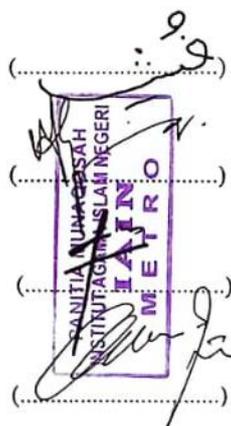
PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1701/n-28.3/D/PP.00.9/06/2024

Skripsi dengan Judul **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**, disusun oleh Pristaswi Na'imatur Miranda, NPM. 2003012034, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Jum'at, 17 Mei 2024.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator	: Putri Swastika, M.I.F, Ph.D.	(.....)
Penguji I	: Yuyun Yunarti, M.Si..	(.....)
Penguji II	: Yudhistira Ardana M.E.K.	(.....)
Sekretaris	: Agus Alimuddin, M.E	(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Oleh:
PRISTASIWI NA'IMATUR MIRANDA
NPM. 2003012034

Kemajuan perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan dalam berbelanja online. Hal ini didukung dengan adanya fitur *Shopee PayLater* yang dapat digunakan sebagai alternatif pembayaran ketika belum memiliki cukup uang untuk membeli suatu produk. Namun tanpa disadari kemudahan ini bisa menjadi perangkap yang menjerumuskan penggunanya ke dalam kegiatan riba. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Literasi Keuangan Syariah (X_1) dan Persepsi Manfaat (X_3) sebagai unsur dari faktor psikologis, serta Religiusitas (X_2) sebagai unsur dari faktor budaya terhadap keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).

Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Responden pada penelitian ini ialah 63 orang Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang menggunakan *Shopee PayLater*. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling* dan analisis data menggunakan aplikasi IBM SPSS 22.

Hasil analisis data dari uji-t diperoleh bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,107 > 2,001$ sehingga berpengaruh positif terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y). Sedangkan variabel Religiusitas (X_2) memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $0,858 < 2,001$ sehingga tidak berpengaruh terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y). Adapun variabel Persepsi Manfaat (X_3) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,545 > 2,001$ sehingga berpengaruh positif terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y). Selain itu, hasil analisis uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $16,549 > 2,76$ sehingga terdapat pengaruh yang simultan Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Persepsi Manfaat, *Shopee PayLater*, *Riba*.

HALAMAN ORISINALITAS PENULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pristasiwi Na'imatur Miranda

NPM : 2003012034

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 14 Mei 2024



Pristasiwi Na'imatur Miranda
NPM. 2003012034

HALAMAN MOTTO

... ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya:

“... Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah (2): 275).¹

¹ Tafsir Wajiz, “Al-Quran Online Al-Baqarah Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online,” *nu.or.id*, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>., diakses pada 01 Januari 2024.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran kepada peneliti. Sehingga dapat mengerjakan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini ditujukan secara khusus untuk orang-orang yang peneliti sayangi dan cintai:

1. Kedua orang tua yang peneliti cintai, Ayahanda Apriyadi dan Ibunda Supriyati. Terimakasih telah mencurahkan segala do'a serta dukungan untuk peneliti. Karya ini kupersembahkan untuk kedua orangtuaku, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan serta jerih payah sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro Lampung.
2. Kakak Priswanti Dayu Lumphita tersayang, yang telah memberikan do'a dan dukungan, serta sebagai salah satu motivasi peneliti untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Serta adik-adik yang peneliti sayangi, Prissila Winara Risang Ayu dan Pandu Reksanata yang selalu memberikan hiburan serta dukungan.
3. Dosen pembimbing Ibu Putri Swastika, M.I.F., Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi yang sangat berharga selama proses penelitian.
4. Kepada sahabat-sahabat peneliti, Tiara Rahayu yang dengan setia selalu ada dan membantu dalam setiap proses peneliti. Serta Diva Fitri Salsa Carolina dan Risky Dwy Cahyani yang dengan setia membantu, memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan.

5. Teruntuk NPM 2001011112 berinisial YA yang dipertemukan pada masa KKN, terimakasih atas segala dukungan, waktu serta do'a yang diberikan pada peneliti. Semoga kedepannya kita bisa tetap bahagia dan selalu bersama.
6. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2020, terkhusus kelas E yang telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terimakasih atas dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Yudhistira Ardana, M.E.K. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Putri Swastika, M.I.F., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat serta arahan kepada peneliti.
5. Seluruh teman-teman Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020.
6. Seluruh teman-teman kelas E, yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

8. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Dan semoga pada akhirnya skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT. meridhoi dan mencatat sebagai ibadah disisi-Nya, Aamiin.

Metro, 14 Mei 2024

Peneliti



Pristaswi Na'imatur Miranda

NPM. 2003012034

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENULISAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16
F. Penelitian Relevan	18
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Penggunaan	21
1. Definisi Keputusan Penggunaan	21
2. Faktor – Faktor Keputusan Penggunaan	23
3. Indikator Keputusan Penggunaan	24
4. Konsep dan Ketentuan <i>Shopee PayLater</i>	25
5. <i>Shopee PayLater</i> dalam Ekonomi Islam.....	28
B. Literasi Keuangan Syariah.....	33

1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah.....	33
2. Indikator Literasi Keuangan Syariah	35
3. Peran Literasi Keuangan Syariah.....	36
4. Bunga (<i>Riba</i>) dalam Ekonomi Syariah	38
C. Religiusitas	42
1. Pengertian Religiusitas	42
2. Indikator Religiusitas	44
3. Religiusitas dalam Perilaku Ekonomi.....	46
D. Persepsi Manfaat	48
1. Pengertian Persepsi Manfaat.....	48
2. Indikator Persepsi Manfaat	49
E. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y).....	51
F. Kerangka Berpikir	52
G. Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	59
B. Definisi Operasional Variabel	60
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	63
1. Populasi.....	63
2. Sampel dan Teknik Sampling	64
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	66
1. Sumber Data	67
2. Teknik Pengumpulan Data.....	67
E. Instrumen Penelitian	68
F. Pengujian Instrumen Penelitian	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	73
G. Teknik Analisis Data	74
1. Uji Asumsi Klasik.....	74
2. Uji Regresi Linier Berganda	79

3. Uji Hipotesis	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	84
1. Sejarah Singkat dan Karakteristik Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.....	84
2. Hasil Uji Pra-Syarat Analisis Data	88
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	91
4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	97
5. Hasil Uji Hipotesis.....	100
B. Pembahasan	105
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	60
2. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	61
3. Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	69
4. Tabel 3.3 Interpretasi Tingkat Kekuatan Koefisien Korelasi	82
5. Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Metro	84
6. Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Data	88
7. Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Data	89
8. Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	91
9. Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser)	92
10. Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson).....	94
11. Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas Data	95
12. Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Data	96
13. Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	97
14. Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	102
15. Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	103

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Data Tingkat Kunjungan <i>Marketplace</i> di Indonesia	2
2. Gambar 1.2 Data Fitur <i>PayLater</i> yang Dikenali Oleh Responden	4
3. Gambar 1.3 Hasil Pra-survey Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> pada Mahasiswa	10
4. Gambar 1.4 Tingkat Pengetahuan Mahasiswa atas <i>Riba</i> dalam <i>Shopee PayLater</i>	11
5. Gambar 1.5 Tingkat Pengetahuan Mahasiswa atas Hukuman bagi Pelaku <i>Riba</i>	12
6. Gambar 1.6 Tingkat Persepsi Manfaat Mahasiswa terhadap <i>Shopee PayLater</i>	13
7. Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	53
8. Gambar 4.1 Persentase Mahasiswa Pengguna <i>Shopee PayLater</i> Berdasarkan Tahun Angkatan.....	85
9. Gambar 4.2 Persentase Mahasiswa Pengguna <i>Shopee PayLater</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpul Data	133
2. Outline.....	139
3. SK Pembimbing	143
4. Surat Tugas.....	144
5. Surat Izin Research.....	145
6. Surat Balasan Research	146
7. Surat Hasil Uji Turnitin.....	147
8. Surat Keterangan Lulus Uji Komperhensif	148
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka.....	149
10. Jurnal Bimbingan Proposal dan Skripsi	150
11. Tabulasi Data Hasil Research	157
12. Distribusi Jawaban Responden.....	165
13. Identitas Jenis Kelamin dan Tahun Angkatan Responden.....	169
14. Hasil Analisis dari SPSS 22	170
15. Tabel r (Uji Validitas)	178
16. Tabel Durbin Watson (Uji Autokorelasi).....	179
17. Tabel Titik Persentase Distribusi t (Uji Hipotesis Parsial)	180
18. Tabel Titik Persentase Distribusi F (Uji Hipotesis Simultan	181
19. Dokumentasi Foto Penelitian	182
20. Riwayat Hidup.....	185

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan perkembangan teknologi saat ini, tentunya berdampak pada cara bertransaksi. Aktivitas belanja awalnya hanya dilakukan melalui interaksi langsung antar sesama manusia. Namun saat ini terdapat media belanja *online* sebagai perantaranya yang disebut dengan *marketplace*.¹ Dikutip dari laman *aptika.kominfo.go.id*, Johnny G Plate yang merupakan Menteri Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa pandemi *Covid-19* mempercepat transformasi digital di Indonesia. Hal ini tentunya akibat dari pergerakan masyarakat yang sangat masif didunia maya.²

Transaksi melalui media *online* awalnya merupakan alternatif untuk mengurangi interaksi langsung dan kontak fisik selama pandemi *Covid-19*. Namun saat ini, berbelanja *online* dianggap lebih menarik dan efektif karena adanya berbagai kemudahan serta keuntungan yang ditawarkan seperti harga termurah, gratis ongkir, promo, diskon dan lain sebagainya.³ Ada banyak sekali *marketplace* di Indonesia dan yang paling populer ialah *Shopee*.

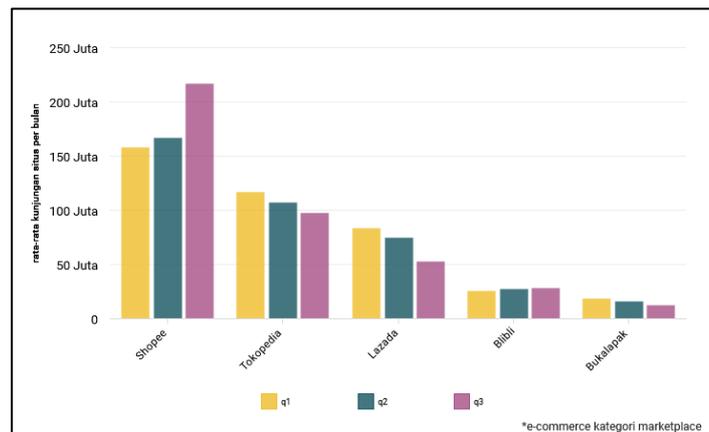
¹ Zaenal Aripin, *E-Business Strategi, Model, dan Penerapannya* (Sleman: Deepublish, 2021), 19.

² Leski Rizkinaswara, "Menkominfo Sebut Pandemi Mempercepat Transformasi Digital," dalam *Ditjen Aptika*, , <https://aptika.kominfo.go.id/2021/12/menkominfo-sebut-pandemi-mempercepat-transformasi-digital/>, diakses pada 10 Februari 2024.

³ Gheona Priscilla Rannaesa, "Kenapa Belanja Online Dianggap Lebih Efisien?," dalam *Kumparan*, <https://kumparan.com/gheona-priscilla/kenapa-belanja-online-dianggap-lebih-efisien-20tXPcXAEK1.>, diakses pada 10 Februari 2024.

Shopee didirikan oleh Forrest Li dan resmi diperkenalkan di Indonesia pada penghujung Mei 2015 serta berkantor pusat di Singapura.⁴ Pada kuartal keempat (Q4) 2019, *Shopee* berhasil menyandang gelar sebagai *marketplace* terpopuler di Indonesia. Adanya iklan dengan bintang artis-artis ternama, berbagai program *event*, serta fitur menarik lainnya menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna *Shopee*.⁵ Bahkan menurut data *SimilarWeb* hingga kuartal ketiga (Q3) 2023, jumlah pengunjung *Shopee* masih terus meningkat pesat dibandingkan dengan *marketplace* lainnya. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar diagram di bawah:

Gambar 1.1
Data Tingkat Kunjungan Marketplace di Indonesia



(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Bersumber pada data diatas, sepanjang kuartal III 2023 *marketplace* *Shopee* berhasil meraih rata-rata 216 juta kunjungan setiap bulannya. Capaian ini meningkat sekitar 30% jika dibandingkan dengan kuartal II

⁴ Eka Septiana Sulistiyawati dan Anna Widayani, “Marketplace *Shopee* Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar,” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, No.1/ 01 Oktober 2020, 135.

⁵ Ibnu Ria Puspita et al., “Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace *Shopee*,” *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan* 2, No.1/ 13 April 2022, 70.

2023 yang memiliki rata-rata 156 juta kunjungan. Sedangkan dalam periode yang sama, rata-rata kunjungan pada *marketplace* lainnya mengalami penurunan. Hanya rata-rata kunjungan *marketplace* Blibli yang naik sekitar 5%.⁶

Marketplace Shopee mempunyai sejumlah metode pembayaran seperti transfer bank (manual atau *mobile banking*), sistem COD (*Cash on Delivery*), dompet *ShopeePay*, kartu kredit *online*, bayar tunai di agen mitra (Indomaret, Alfamart, dan lainnya) serta fitur *Shopee PayLater*.⁷ Pembayaran melalui *Shopee* tentunya semakin mudah dengan tersedianya pembayaran digital seperti *Shopee Pay*. Hanya dengan mengisi saldo, pengguna *Shopee Pay* dapat melakukan pembayaran transaksi belanja, serta pembayaran tagihan lainnya.⁸

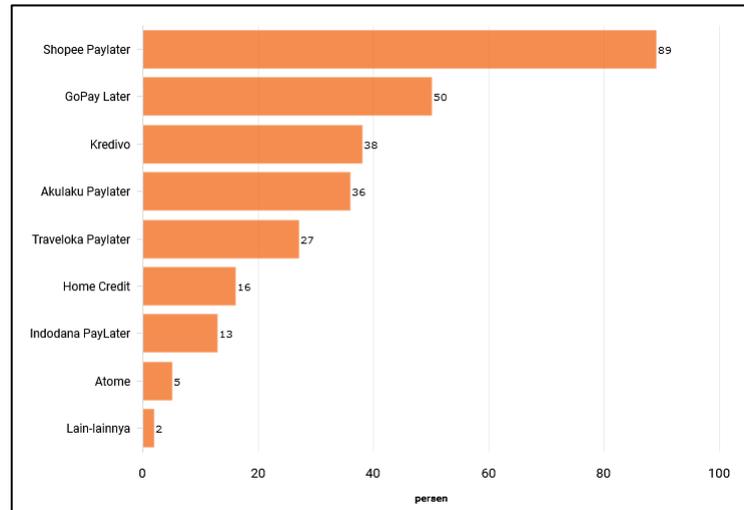
Selain itu, pihak *Shopee* juga mengeluarkan fitur *Shopee PayLater*, dimana fitur ini dapat dinikmati oleh pengguna *Shopee* terpilih tanpa jaminan apapun dan tidak perlu *top up* saldo terlebih dahulu. Menurut data dari laporan *Populix* pada Oktober tahun 2023 dengan judul “*Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption*”, *Shopee PayLater* berpredikat sebagai fitur *PayLater* dengan *brand awareness* tertinggi. Hal ini dapat terlihat dari gambar diagram, berikut:

⁶ “Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat,” dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat.>, diakses pada 08 Desember 2023.

⁷ Listia Duanty Rusdiana, “Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022),” *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2023, 158.

⁸ Margareta Sheryl Kurniawan Phan dan Oktavius Theo Andreas Riyadi, *Teknologi Keuangan Anak Muda* (Semarang: SCU Knowledge Media, 2022), 118.

Gambar 1.2
Data Fitur *PayLater* yang Dikenali Oleh Responden



(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan data tersebut, 89% responden mengetahui adanya fitur *Shopee PayLater*. Adapun 77% dari jumlah responden yang mengetahui fitur *Shopee PayLater*, mengakui pernah menikmati layanan tersebut. Survei ini dilakukan terhadap 1.017 responden yang tersebar diseluruh Indonesia pada bulan September (2023) dan didominasi (55%) responden dalam kelompok usia 17-25 tahun.⁹

Fitur *Shopee PayLater* dapat dijadikan alternatif ketika seseorang menginginkan suatu barang namun belum memiliki cukup uang untuk membelinya. Hanya dengan verifikasi KTP dan wajah, pengguna *Shopee PayLater* sudah dapat memilih tenor kredit antara 1, 3, 6, atau 12 bulan.¹⁰

⁹ Nabilah Muhammad, “8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara | Databoks,” dalam *Katadata Media Network*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>., diakses pada 25 Oktober 2023.

¹⁰ “[SPayLater - Limit & Aktivasi] Bagaimana cara mengaktifkan SPayLater? | Pusat Bantuan Shopee ID,” dalam *Pusat Bantuan Shopee*, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72939->

Selain itu, pihak *Shopee* juga terkadang memberikan *voucher cashback* bagi pembayaran melalui *Shopee PayLater*. Tentunya hal ini sangat menggiurkan masyarakat khususnya untuk kalangan remaja (Gen Z) tak terkecuali mahasiswa.¹¹

Melalui wawancara dengan beberapa mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*, mereka merasa fitur ini bermanfaat. Sebagian besar mahasiswa mengaku menggunakan *Shopee PayLater* karena belum memiliki cukup uang untuk membeli sesuatu, namun produk tersebut dirasa sangat dibutuhkan. Namun terdapat juga mahasiswa yang menggunakan fitur tersebut untuk memenuhi gaya *fashion* atau *trend* yang sedang berlangsung. Selain itu, biaya penanganan (admin) ketika melakukan pembayaran melalui *Shopee PayLater* dianggap lebih kecil daripada pilihan pembayaran lainnya seperti COD atau bayar melalui mitra agen.¹²

Mahasiswa biasanya menggunakan fitur tersebut untuk membeli produk *fashion*, kuota internet, token listrik hingga *handphone*. Bahkan ada mahasiswa yang mengaku menggunakan fitur *Shopee PayLater* dikarenakan adanya *voucher cashback*. Adapun periode cicilan yang dipilih beragam, mulai dari 1 hingga 12 bulan tergantung pada besar cicilan dan kemampuan mahasiswa dalam membayar.¹³

%5BSPayLater---Limit-&-Aktivasi%5D-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater%3F., diakses pada 20 Desember 2023.

¹¹ Christy Kirana Kumastuti et al., *Aku dan Diriku: Buku Pra Remaja-Buku Pembimbing* (Bogor: Binawarga, 2022), 60.

¹² Hasil Wawancara Mahasiswa Pengguna SPayLater, Alasan Menggunakan fitur Shopee PayLater dan Intensitas Penggunaan, pada 28 Desember 2023.

¹³ Ibid.

Shopee PayLater menjadi salah satu kemudahan dalam berbelanja *online* pada aplikasi *Shopee*. Akan tetapi, tanpa disadari kemudahan ini bisa juga menjadi perangkap yang akan menjerumuskan penggunanya ke dalam kegiatan *riba*. Meskipun secara umum tidak terdapat masalah dalam sistem kredit pada fitur *Shopee PayLater*, namun apabila dikaitkan dengan ekonomi Islam tentunya fitur layanan ini dapat ditinjau lebih mendalam. Hal ini dikarenakan biaya cicilan melalui fitur *Shopee PayLater* terdapat suku bunga serta biaya lainnya minimal 2.95%, dimana besarnya tergantung pada tenor yang dipilih. Selain itu apabila terlambat dalam membayar cicilan, maka akan dibebankan denda sebanyak 5% per bulan dari seluruh jumlah tagihan yang seharusnya dibayarkan.¹⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agisni Maulina et al., menyatakan penggunaan *Shopee PayLater* dilarang dalam hukum Islam, karena adanya biaya tambahan dan bunga sehingga termasuk ke dalam *riba qardh* dan *riba jahiliyah*.¹⁵ Hal ini diperkuat dengan Fatwa MUI Jawa Timur yang menetapkan bahwa layanan *PayLater* dengan sistem bunga hukumnya adalah haram.¹⁶ Sebagai seorang muslim tentunya harus berhati-hati dalam memutuskan pilihan, termasuk keputusan menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Mengingat banyaknya masyarakat umum dan mahasiswa

¹⁴ Pusat Bantuan Shopee, “[SPayLater - Biaya] Apa yang terjadi jika saya terlambat melakukan pembayaran tagihan SPayLater?,” dalam *Kebijakan Shopee*, <https://help.shopee.co.id/portal/article/72112-%5BSPayLater---Biaya%5D-Apa-yang-terjadi-jika-saya-terlambat-melakukan-pembayaran-tagihan-SPayLater%3F>., diakses pada 06 November 2023.

¹⁵ Agisni Maulina Solihin et al., “Analisis Transaksi Shopee PayLater dalam Perspektif Hukum Islam,” *JPG: Jurnal Pendidikan Guru* 3, No.4/ 05 November 2022, 288.

¹⁶ KlikLegal.com, “Dinilai Mirip Dengan Utang, Fatwa MUI Putuskan Layanan Paylater Haram,” dalam *KlikLegal*, <https://kliklegal.com/dinilai-mirip-dengan-utang-fatwa-mui-putuskan-layanan-paylater-haram/>., diakses pada 09 Februari 2024.

yang menggunakan fitur tersebut, mungkin saja diantaranya ada yang belum mengetahui atau paham bahwa transaksinya tidak sesuai dengan syariat Islam.

Menurut Agus, dalam pengambilan keputusan tidak hanya didasari pada satu faktor saja, melainkan adanya pertimbangan dari beberapa faktor lainnya. Keputusan yang diambil seseorang bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, jenis permasalahan, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan.¹⁷ Menurut Kotler dan Armstrong dalam Zulki, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, diantaranya ialah faktor budaya dan faktor psikologis.¹⁸ Adapun pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu Literasi Keuangan Syariah sebagai faktor psikologis, Religiusitas faktor budaya serta Persepsi Manfaat juga sebagai faktor psikologis.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Nujmatul Laily, tingkat literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan seseorang. Adapun semakin tinggi pengetahuan serta kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan maka akan semakin bijak dalam pengambilan keputusan keuangan.¹⁹ Adanya konsep literasi keuangan tersebut mendorong lahirnya studi tentang literasi keuangan yang

¹⁷ Agus Prastyawan dan Yuni Lestari, *Pengambilan Keputusan* (Surabaya: UNESA University Press, 2020), 1–2.

¹⁸ Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0* (Sleman: Deepublish, 2021), 78.

¹⁹ Nujmatul Laily, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan,” *Journal of Accounting and Business Education* 1, No.4/ 06 September 2016, 15.

berlandaskan pada ajaran agama Islam, dan kemudian disebut sebagai literasi keuangan syariah. Menurut Rahim dalam Heriyati, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam.²⁰ Adapun menurut Nur, melalui tingkat literasi keuangan syariah yang baik, seseorang diharapkan menggunakan sumber keuangannya sesuai kebutuhan. Hal ini supaya tidak lebih besar pengeluaran daripada pemasukan yang nantinya berkemungkinan dapat merugikan diri sendiri atau orang lain.²¹

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan Selvi Rahmani, Moh Mukhsin, Muhamad Fakhruddin dinyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mampu digunakan dalam keputusan penggunaan *Shopee PayLater* supaya terhindar dari hal-hal yang bertentangan dengan ajaran agama Islam.²² Menurut Glock dan Stark dalam Suryadi, religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang dimiliki seseorang atas agama yang dipeluknya.²³ Menurut Mayasurru, melalui religiusitas dipercaya dapat memberikan dorongan moral dalam penggunaan dan pemanfaatan harta agar lebih

²⁰ Heriyati Chrisna, Hernawaty, and Novianti, *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan UMKM* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023), 21.

²¹ Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2021), 9.

²² Selvi Rahmani, Moh Mukhsin, and Muhamad Fakhruddin, "Pengaruh Religiusitas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 6, No.1/ 2023, 41.

²³ Bambang Suryadi and Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), 11.

efektif. Salah satunya yaitu ketika membeli barang akan didasarkan pada kebutuhan serta manfaat atas barang tersebut, dan bukan semata-mata hanya keinginan (nafsu) saja.²⁴

Adapun persepsi manfaat menjadi variabel yang sering diuji dalam penggunaan fitur *Shopee PayLater*. Salah satu hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Suci Aknes, menyatakan jika tingkat persepsi manfaat seseorang terhadap fitur *Shopee PayLater* semakin tinggi maka semakin besar pula keputusan untuk menggunakan fitur tersebut.²⁵ Menurut Jogiyanto dalam Indyah, persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan seseorang jika penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan menambah performa kerjanya.²⁶ Menurut Ridwan, seseorang akan menggunakan suatu teknologi atau *platform (marketplace)* jika dianggap dapat memberikan manfaat serta membantu aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien.²⁷

Melalui penjabaran di atas, dapat diketahui bahwa ketiga aspek tersebut memiliki peran yang penting dalam keputusan penggunaan. Namun dalam penggunaan *Shopee PayLater*, seringkali aspek Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terabaikan, karena mahasiswa sendiri lebih mementingkan pada gaya (*trend fashion*) atau kebutuhan yang dianggap mendesak. Hal ini mengakibatkan mahasiswa melakukan berbagai cara

²⁴ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 91.

²⁵ Suci Aknes Fionita and Rose Rahmidani, "Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No.3/ 2023, 23845.

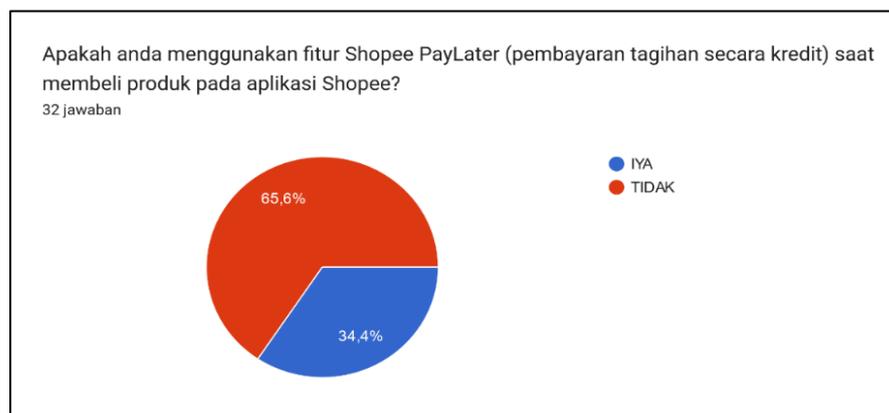
²⁶ Indyah Hartami Santi and Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (TAM)* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 11.

²⁷ Ridwan Daud Mahande, *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model dan Studi Empiris* (Bandung: Indonesia Emas Group, 2023), 82–83.

dalam memenuhi keinginannya, termasuk menggunakan layanan yang mengandung unsur *riba* seperti *Shopee PayLater*. Mahasiswa pun akhirnya hanya melihat manfaat dari fitur *Shopee PayLater* dan mengabaikan ajaran agama Islam.

Sebagai mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah seharusnya telah mengetahui jika fitur *Shopee PayLater* belum sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan dalam beberapa mata kuliah diberikan pembelajaran terkait pengelolaan keuangan syariah dan *riba*, diantaranya yaitu Fiqih Muamalah, Manajemen Keuangan Islam, serta Tafsir Ayat dan Hadist Ekonomi Islam. Namun berdasarkan hasil dari pra-survey, terdapat fakta bahwa masih terdapat mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang menggunakan *Shopee PayLater*. Hal ini dapat terlihat dari data berikut:

Gambar 1.3
Hasil Pra-survey Penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa

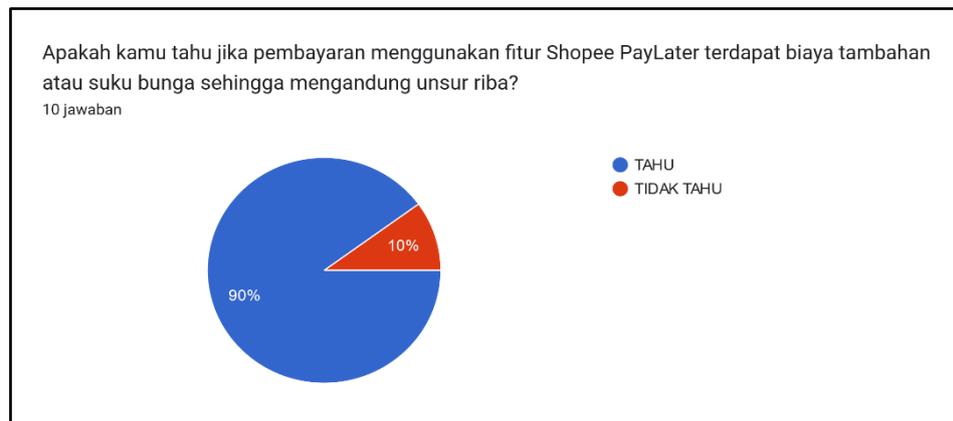


(Sumber: Kuesioner pra-survey November 2023)

Berdasarkan data di atas, terdapat 32 orang mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020 yang mengisi kuesioner tersebut. Dimana sebanyak 34,4% atau 11 orang mahasiswa mengaku menggunakan *Shopee*

PayLater.²⁸ Oleh karena itu, dilakukan pra-survey lanjutan terhadap mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* untuk mengetahui tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Persepsi Manfaat terhadap fitur tersebut dan diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 1.4
Tingkat Pengetahuan Mahasiswa atas *Riba* dalam *Shopee PayLater*



(Sumber: Kuesioner pra-survey lanjutan Desember 2023)

Berdasarkan data diatas, diketahui jika masih terdapat mahasiswa yang tidak mengetahui jika suku bunga pada *Shopee PayLater* menjadikan fitur tersebut mengandung unsur *riba*. Selain itu, meskipun sebagian besar mahasiswa mengetahui jika *Shopee PayLater* mengandung unsur *riba*, namun mereka tetap saja menggunakannya.²⁹ Hal ini dapat menandakan tingkat literasi keuangan mahasiswa masih kurang. Meskipun sudah mendapatkan mata kuliah yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan

²⁸ “Hasil Kuesioner Pra-Survey,” dalam *Google Docs*, https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScyDcoxAgSseL6tdWbOKpqj2AhdK6GVtE5yiFXlt-vRS0wwA/viewform?usp=forms_home&ths=true&usp=embed_facebook., diakses pada 15 November 2023.

²⁹ “Hasil Kuesioner Pra-Survey Lanjutan,” dalam *Google Docs*, https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfP2DbTMJhXepLTiNBdrUVvxkl0lxNW3mK1o9dFkb5hr7vPIQ/viewform?usp=forms_home&ths=true&usp=embed_facebook., diakses pada 14 Desember 2023.

syariah dan *riba*, namun dalam praktiknya belum diimplementasikan dengan baik. Adapun pada pra-survey didapatkan data yang berkaitan dengan tingkat religiusitas mahasiswa, yaitu sebagai berikut:

Gambar 1.5
Tingkat Pengetahuan Mahasiswa atas Hukuman bagi Pelaku *Riba*



(Sumber: Kuesioner pra-survey lanjutan Desember 2023)

Berdasarkan data diatas, diketahui jika seluruh mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* mengetahui firman Allah SWT. mengenai hukuman bagi orang-orang yang melakukan *riba*.³⁰ Firman Allah SWT tersebut dijelaskan dalam Surat Al-Baqarah ayat 279. Meskipun telah mengetahui hukuman atau ganjaran tersebut, namun mahasiswa tetap saja mengabaikannya dan menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Hal ini menandakan tingkat religiusitas mahasiswa masih kurang. Meskipun sudah memiliki dasar pengetahuan ayat Al-Qur'an, namun tidak diamalkan dengan baik dan benar. Selain itu, sebagian besar mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* memberatkan pada persepsi manfaat fitur tersebut. Hal ini dapat dilihat pada diagram berikut:

³⁰ Ibid.

Gambar 1.6
Tingkat Persepsi Manfaat Mahasiswa terhadap *Shopee PayLater*



(Sumber: Kuesioner pra-survey lanjutan Desember 2023)

Berdasarkan data diatas, sebanyak 70% mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* hanya melihat manfaat dari fitur tersebut. Sedangkan 30% sisanya mengaku menggunakan *Shopee PayLater* karena adanya kebutuhan yang dianggap mendesak.³¹ Hal ini mengakibatkan terabaikannya unsur *riba* yang ada dalam layanan *Shopee PayLater*.

Penggunaan fitur *Shopee PayLater* tentunya harus menjadi perhatian karena terdapat *riba* yang sangat dibenci oleh Allah SWT. Selain itu, dikhawatirkan juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa, sehingga berkemungkinan terlilit hutang. Hal ini dikarenakan terkadang mahasiswa mengambil cicilan lain, meskipun cicilan sebelumnya belum lunas.³²

Berdasarkan hal-hal yang telah dijabarkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang

³¹ Ibid.

³² Hasil Wawancara SPayLater, Alasan Menggunakan Shopee PayLater dan Intensitas Penggunaan.

melatarbelakangi mahasiswa dalam menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Adapun judul penelitian yang diambil yaitu **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi yaitu:

1. *Trend* penggunaan *Shopee PayLater* yang terus meningkat, dimana secara tidak sadar dapat menjerumuskan seseorang ke dalam *riba* kontemporer.
2. Masih terdapat mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang menggunakan *Shopee PayLater* meskipun terdapat bunga (*riba*) dalam pembayaran angsurannya.
3. Meskipun mahasiswa sudah mendapatkan mata kuliah tentang *riba*, namun dalam bertransaksi belum diterapkan dengan baik.
4. Tingkat literasi keuangan syariah dikalangan mahasiswa masih kurang, dimana dalam bertransaksi seringkali atas dasar keinginan bukan kebutuhan.
5. Religiusitas dikalangan mahasiswa masih kurang, dimana dalam keputusan menggunakan layanan berbasis *riba* tentunya mengabaikan ganjaran dari Allah SWT. yang tertulis pada kitab suci Al-Qur'an.
6. Rata-rata mahasiswa hanya melihat persepsi manfaat *Shopee PayLater*, sehingga memilih untuk mengesampingkan adanya bunga (*riba*).

7. Penggunaan *Shopee PayLater* dikalangan Mahasiswa disebabkan oleh mengikuti *trend* atau *gaya fashion* serta kebutuhan yang dianggap mendesak.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti memberikan batasan masalah guna menghindari kemungkinan meluasnya masalah yang diteliti. Dengan demikian masalah akan yang diteliti dan dibahas yaitu:

1. Variabel bebas yang dipilih pada penelitian ini yaitu Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3).
2. Variabel terikat yang menjadi fokus penelitian ini adalah keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).
3. Penelitian ini menganalisis perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro yang menggunakan *Shopee PayLater*.
4. Subjek pada penelitian ini merupakan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 yang masih berstatus sebagai mahasiswa aktif.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka terdapat beberapa rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh signifikan Literasi Keuangan Syariah terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro?

2. Bagaimana pengaruh signifikan Religiusitas terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro?
3. Bagaimana pengaruh signifikan Persepsi Manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro?
4. Bagaimana pengaruh signifikan Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi Manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro secara simultan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis signifikansi Literasi Keuangan Syariah terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis signifikansi Religiusitas terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis signifikansi Persepsi Manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis signifikansi Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi Manfaat terhadap penggunaan

Shopee PayLater pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro secara simultan.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka terdapat manfaat dari penelitian ini yaitu:

a. Secara Teoritis

Adapun beberapa manfaat teoritis yang dapat menjadi pembelajaran dan pengembangan teori dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Menambah sumber informasi bagi penelitian terkait *riba* kontemporer.
- 2) Menjadi referensi akan pentingnya literasi keuangan syariah dalam mengelola keuangan.
- 3) Menjadi salah satu sumber ilmu untuk meningkatkan religiusitas dikalangan mahasiswa khususnya dalam bertransaksi.
- 4) Menjadi pembelajaran atas persepsi mahasiswa terhadap manfaat suatu layanan jasa pembayaran digital.
- 5) Menambah referensi penelitian tentang keputusan penggunaan fitur *Shopee PayLater* dikalangan mahasiswa Gen-Z.

b. Secara Praktis

Adapun beberapa manfaat praktis yang dapat memberikan dampak langsung dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Menjadi informasi untuk lebih berhati-hati dalam memilih layanan pembayaran supaya terhindar dari *riba*.

- 2) Menjadi bahan pertimbangan dalam membuat peraturan atau gerakan disiplin melawan *riba*.
- 3) Membuka kesempatan bagi peneliti kedepannya untuk meneliti terkait *riba* kontemporer.

F. Penelitian Relevan

Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan judul yang mendekati dengan rumusan masalah yang hampir sama. Maka dari itu, peneliti akan memaparkan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu:

1. Pada tahun 2023 telah dilakukan penelitian oleh Selvi Rahmani, Moh Mukhsin, Muhamad Fakhruddin yang tertulis pada jurnal berjudul “*Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Hasil dari penelitian tersebut religiusitas dan prinsip konsumsi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Shopee PayLater*. Sedangkan gaya hidup Islami tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Shopee PayLater*.³³

Terdapat kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian milik penulis yaitu religiusitas sebagai salah satu variabel bebas yang diuji dalam keputusan menggunakan fitur *Shopee PayLater* serta mahasiswa

³³ Selvi Rahmani, Moh Mukhsin, dan Muhamad Fakhruddin, “Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 6, No.1/ 2023.

Ekonomi Syariah sebagai subjek penelitiannya. Selain itu terdapat juga perbedaan yaitu pada kedua variabel bebas lain yang diuji. Perbedaan lainnya terletak pada variabel bebas penelitian terdahulu berdasarkan pada faktor budaya dan pribadi. Sedangkan pada penelitian ini variabel bebas berdasarkan pada faktor budaya dan psikologis.

2. Pada tahun 2022 telah dilakukan penelitian oleh Melly Sekarwangi Putri yang tertulis pada skripsi berjudul “*Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan PayLater pada Generasi Milenial di Kota Semarang*”. Hasil dari penelitian tersebut semakin tinggi religiusitas dan persepsi risiko seseorang, maka semakin rendah juga keputusan penggunaan fitur *PayLater*, begitu pula sebaliknya.³⁴

Terdapat kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian milik penulis yaitu religiusitas sebagai salah satu variabel bebas yang diuji dan penggunaan layanan *PayLater* sebagai variabel terikat. Selain itu terdapat juga perbedaan yaitu pada penelitian terdahulu subjek penelitiannya merupakan generasi milenial, sedangkan pada penelitian ini bersubjek pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang merupakan Generasi Z. Perbedaan lainnya yaitu pada penelitian terdahulu tidak disebutkan dengan jelas fitur *PayLater* apa yang diteliti, sedangkan pada penelitian penulis menggunakan fitur *Shopee PayLater* sebagai objek penelitian.

³⁴ Melly Sekarwangi Putri, “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Paylater Pada Generasi Milenial Di Kota Semarang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2022).

3. Pada tahun 2023 telah dilakukan penelitian oleh Suci Aknes Fionita, Rose Rahmidani yang tertulis pada jurnal berjudul “*Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Shopee PayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)*”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Semakin tinggi persepsi manfaat mahasiswa terhadap layanan *Shopee PayLater* maka semakin tinggi juga keputusan untuk menggunakan layanan tersebut.³⁵

Terdapat kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian milik penulis yaitu menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian, persepsi manfaat sebagai variabel bebas yang diuji dan penggunaan fitur *Shopee PayLater* sebagai variabel terikat. Selain itu terdapat juga perbedaan yaitu pada variabel bebas, dalam penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel persepsi manfaat. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan persepsi manfaat. Selain itu pada penelitian ini terdapat juga tinjauan Ekonomi Islam terhadap penggunaan fitur *Shopee PayLater* tersebut.

³⁵ Suci Aknes Fionita and Rose Rahmidani, “Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang),” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No.3/ 2023.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Penggunaan

1. Definisi Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan atau keputusan pembelian menurut Fandy Tjiptono dalam Yeni, merupakan salah satu unsur dari perilaku konsumen. Hal ini merupakan langkah individu untuk terlibat langsung dalam usaha memilih dan memperoleh suatu produk atau jasa.¹ Berikut definisi dari keputusan dan perilaku konsumen menurut beberapa tokoh, adalah:

- a. Menurut Santrock dalam Hera, pengambilan keputusan memiliki keterkaitan dengan tanggung jawab terhadap risiko dan manfaat atas putusan yang dipilih. Hal ini juga diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir rasional mengenai dampak positif maupun negatif saat memutuskan sebuah pilihan.²
- b. Menurut Morgan dan Cerullo dalam Harbani, mengatakan bahwa keputusan adalah kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan

¹ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padang Sidempuan: Inovasi Pratama Internasional, 2022), 4.

² Hera Heru Sri Suryanti and Ferisa Prastyaning Utami, *Layanan Bimbingan Klasikal Berbasis Nilai Karakter Untuk Mengembangkan Kemandirian Mahasiswa Dalam Pandemi Covid-19* (Solo: Unisri Press, 2021), 42.

pertimbangan hingga hanya satu alternatif yang dipilih, sedangkan alternatif lainnya dikesampingkan.³

- c. Menurut Kotler dan Amstrong, perilaku konsumen adalah tingkah atau keputusan individu maupun kelompok (rumah tangga) dalam pembelian suatu barang atau jasa untuk digunakan secara personal.⁴
- d. Menurut Engel et al. dalam Rusydi, perilaku konsumen adalah proses yang meliputi pembuatan keputusan dalam tindakan konsumen secara langsung untuk memperoleh suatu barang atau jasa.⁵
- e. Menurut Agus, pengambilan keputusan tidak hanya didasari pada satu faktor saja, melainkan adanya pertimbangan dari beberapa faktor lainnya.⁶

Keputusan yang diambil seseorang bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, jenis permasalahan, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan.⁷ Berdasarkan definisi dari beberapa tokoh diatas, keputusan penggunaan dapat diartikan sebagai hasil perilaku konsumen dalam mempertimbangkan secara rasional beberapa alternatif yang ada untuk mendapatkan dan menggunakan suatu barang atau jasa.

³ Harbani Pasolong, *Teori Pengambilan Keputusan* (Bandung: Alfabeta, 2023), 6–7.

⁴ Enny Istanti dan Achmad Daengs, *Perilaku Konsumen: Consumer Behavior* (Surabaya: Unitomo Press, 2023), 70.

⁵ Rusydi Fauzan et al., *Islamic Marketing* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023), 44.

⁶ Agus Prastyawan dan Yuni Lestari, *Pengambilan Keputusan* (Surabaya: UNESA University Press, 2020), 1–2.

⁷ Ibid.

2. Faktor – Faktor Keputusan Penggunaan

Ada kalanya keputusan tidak rasional karena berbagai faktor seperti emosi, lingkungan sosial, tradisi, ekonomi maupun lainnya.⁸ Menurut Kotler dan Armstrong dalam Zulki, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau penggunaan, adalah:⁹

- a. Faktor Budaya yang meliputi budaya suatu negara secara umum dan sub-budaya seperti agama, suku, dan geografis.
- b. Faktor Sosial yang mencakup kelompok rujukan (referensi), keluarga serta status (peran sosial).
- c. Faktor Pribadi yang meliputi usia (tahapan siklus hidup), pekerjaan (kondisi ekonomi), kepribadian serta gaya hidup.
- d. Faktor Psikologis yang mencakup motivasi, pandangan (persepsi), pengetahuan (pembelajaran), serta keyakinan (kepercayaan) dan sikap.¹⁰

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Andi menghasilkan bahwa faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun dalam penelitian tersebut, terdapat pengaruh parsial dan simultan secara

⁸ Alwinda Manao, *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Sigi: Feniks Muda Sejahtera, 2023), 88.

⁹ Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0* (Sleman: Deepublish, 2021), 78.

¹⁰ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori* (Malang: Media Nusa Creative, 2021), 52.

signifikan terhadap keputusan pembelian atau penggunaan pada salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia.¹¹

3. Indikator Keputusan Penggunaan

Berdasarkan definisi keputusan penggunaan yang bersumber dari Santrock dalam Hera, terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan ketika mengambil keputusan, ialah:¹²

- a. Berpikir rasional (jernih), yaitu melakukan pertimbangan terhadap segala dampak serta risiko yang kemungkinan dihadapi. Keputusan yang diambil harus memperhatikan segala alternatif yang ada agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dapat terpuaskan.
- b. Beretika, yaitu keputusan yang diambil sesuai dengan norma sosial yang berlaku sehingga dapat diterima masyarakat. Keputusan yang dipilih harus sesuai dengan peraturan yang berlaku agar tidak terjadi perselisihan.
- c. Bertanggung jawab, yaitu menghadapi semua konsekuensi terhadap masing-masing risiko dari alternatif yang dipilih. Setiap keputusan dalam penggunaan barang atau jasa harus dapat dipertanggungjawabkan sehingga tidak akan menyulitkan di masa mendatang.

¹¹ Andi Muhammad Irwan, "Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia Di Kota Makassar)," *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, No.2/2019, 173.

¹² Hera Heru Sri Suryanti and Ferisa Prastyaning Utami, *Layanan Bimbingan Klasikal.*, 42.

Adapun indikator dari Keputusan Penggunaan yang digunakan sebagai instrument uji pada penelitian ini yaitu berpikir rasional dan bertanggungjawab. Indikator ini dipilih karena dianggap dapat mewakili keseluruhan indikator dalam keputusan penggunaan dan supaya tidak terjadi keserupaan pernyataan yang mengakibatkan bias (kebingungan). Indikator berpikir rasional dipilih karena dalam setiap keputusan harus dilakukan dengan pikiran jernih agar tidak salah langkah. Selain itu, indikator bertanggungjawab juga dipilih karena dalam segala keputusan terdapat konsekuensi yang harus dapat dipertanggungjawabkan.

4. Konsep dan Ketentuan *Shopee PayLater*

Shopee PayLater yang dirilis sejak 6 Maret 2019 termasuk dalam fitur unggulan yang disediakan oleh *Shopee*. Fitur *Shopee PayLater* merupakan hasil Kerjasama antara PT. Lentera Dana Nusantara dengan PT. Commerce Finance yang diatur dan berada dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga telah bersifat legal.¹³ *Shopee* juga berkerja sama dengan SeaBank dalam pengembangan layanan *Shopee PayLater*.¹⁴

¹³ Monabila Magelo, Tesselonika Sinaga, and Erwin Permana, "Analisis Pemanfaatan Shopee PayLater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemic Covid-19," *Unikama: Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, No.2/ Oktober 2023, 200.

¹⁴ Leo Dwi Jatmiko, "Shopee Efisiensi, Seabank Indonesia Pastikan Bisnis dan Operasional Terjaga," *Bisnis.com*, dalam <https://finansial.bisnis.com/read/20220928/90/1582175/shopee-efisiensi-seabank-indonesia-pastikan-bisnis-dan-operasional-terjaga>., diakses pada 02 Januari 2024.

Jika telah telah memenuhi syarat tertentu, pengguna *Shopee* akan terpilih untuk dapat mengaktifkan fitur *Shopee PayLater*.¹⁵ Fitur layanan ini berkonsep “Beli Sekarang, Bayar Nanti”, sehingga pengguna berkesempatan untuk dapat menikmati layanan kredit secara mudah meskipun tidak memiliki kartu kredit.¹⁶ Konsep pembayaran pada fitur *Shopee PayLater* yaitu tagihan biaya pembelian produk akan dibayarkan melalui dana talangan dari pihak *Shopee*. Tagihan tersebut dapat dibayarkan pada bulan berikutnya maupun diangsur secara berkala sesuai tenor yang dipilih pengguna.¹⁷

Meskipun mempunyai konsep dan manfaat yang sama, namun biasanya dalam pengaktifan kartu kredit memiliki proses yang cukup sulit dan waktu lumayan lama. Hal ini tentunya berbeda dengan fitur *Shopee PayLater* yang prosesnya relatif mudah dan cepat. Pengguna *Shopee* hanya perlu mengikuti alur pendaftaran sesuai arahan dan verifikasi identitas KTP serta wajah untuk mengaktifkan fitur *Shopee PayLater* tersebut.¹⁸ Oleh karena itu, fitur *Shopee PayLater* lebih praktis digunakan daripada cicilan menggunakan kartu kredit.¹⁹

¹⁵ Faqih, Mahmudi, and Asrorullah, “Transaksi Jual Beli Menggunakan Pinjaman SPayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* 6, No.1/ Juni 2023, 3.

¹⁶ Christy Kirana Kumastuti et al., *Aku dan Diriku: Buku Pra Remaja-Buku Pembimbing* (Bogor: Binawarga, 2022), 60.

¹⁷ A Muh Syaifuddin et al., “Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater,” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 4, No.2/ 26 Juli 2022, 111.

¹⁸ Monabila Magelo et al., “Analisis Pemanfaatan Shopee PayLater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemic Covid-19,” *Unikama: Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, No.2/ Oktober 2023, 203.

¹⁹ Nasrul Hadi, “Shopee Pay Later dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* 3, No.2/ 2020, 75.

Biasanya dalam penggunaan fitur *Shopee PayLater* terdapat pilihan tenggat angsuran yang diberikan yaitu 1,3,6 atau 12 bulan. Meskipun pada awal pengaktifkannya seseorang hanya diberikan batas pinjaman kredit sebesar Rp.750.000,-. Namun nilai limit kredit tersebut akan bertambah sesuai dengan meningkatnya skor kredit pada akun *Shopee*.²⁰ Sederhananya semakin sering menggunakan fitur *Shopee PayLater* maka besar pinjaman yang diberikan juga semakin bertambah. Selain itu terdapat juga beberapa ketentuan bagi pengguna fitur *Shopee PayLater*, yaitu sebagai berikut:²¹

- a. Pengguna *Shopee PayLater* akan dibebankan biaya layanan cicilan dengan suku bunga sedikitnya 2.95% tergantung periode cicilan yang dipilih. Semakin lama periode cicilan dipilih, maka suku bunga yang dibebankan juga akan semakin tinggi.
- b. Pada setiap transaksinya, pengguna *Shopee PayLater* akan dibebankan biaya penanganan sebesar 1% dari total pembayaran yang mencakup harga barang serta ongkos kirim.
- c. Jika pengguna *Shopee PayLater* telat membayar tagihan maka akan didenda sebanyak 5% per bulan dari total tagihannya.
- d. Transaksi *Shopee PayLater* yang sudah dipilih tidak dapat dibatalkan maupun diubah.

²⁰ Faqih et al., "Transaksi Jual Beli Menggunakan Pinjaman SPayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam," *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* 6, No.1/ Juni 2023, 3.

²¹ "[SPayLater - Pembayaran] Bagaimana Prosedur Pembayaran Menggunakan SPayLater? | Pusat Bantuan Shopee ID," dalam <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73455-%5BSPayLater--Pembayaran%5D-Bagaimana-prosedur-pembayaran-menggunakan-SPayLater%3F>., diakses pada 20 Desember 2023.

5. *Shopee PayLater* dalam Ekonomi Islam

Menurut agama Islam, utang piutang ialah meminjamkan harta (uang) milik pemberi utang kepada yang berhutang dan dikembalikan sesuai jumlah pinjaman apabila telah memiliki kemampuan untuk mengembalikannya.²² Jual beli secara kredit yang saat ini berkembang sama halnya dengan akad utang piutang atau dalam *fiqh muamalah* dikenal sebagai *qardh*.²³ Namun akad tersebut akan menjadi sah jika semua syarat dan rukunnya dapat terpenuhi.²⁴

Kata *qardh* diambil dari Bahasa Arab *qaradha* atau *qatha'a* yang berarti memotong.²⁵ Wahbah al-Zuhaili secara bahasa mengartikan *qardh* sebagai potongan. Maksud dari potongan tersebut ialah bagian harta yang dipinjamkan oleh pemberi pinjaman.²⁶ Menurut para ulama, *qardh* didefinisikan sebagai harta yang dipinjamkan ataupun diberikan oleh *debitur* (pemilik) pada orang lain. Pinjaman ini ditujukan guna membantu peminjam sehingga harus dikembalikan dengan jumlah yang sama.²⁷

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20, mendefinisikan *qardh* sebagai pengadaan dana (tagihan) antara Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan pihak yang meminjam. *Kreditur*

²² Nur Afifah, *Muamalah dalam Islam* (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), 39.

²³ Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 143.

²⁴ Ziadil Ulum and Asmuni Asmuni, "Transaksi Shopee PayLater Perspektif Hukum Islam," *al-Mawarid: Jurnal Syariah dan Hukum (JSYH)* 5, No.1/ 07 Juli 2023, 62.

²⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2022), 273.

²⁶ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro Lampung, 2014), 143–44.

²⁷ *Ibid.*, 144.

(peminjam) berkewajiban mengganti dana tersebut baik tunai ataupun diangsur sesuai jangka waktu yang ditentukan serta tidak berbunga.²⁸

Dalam fiqih muamalah, *qardh* merupakan akad *tabarru'* yaitu bersifat tolong menolong atau kebaikan. Oleh karena itu, tidak diperbolehkan mendapat keuntungan dengan meminta tambahan atau bunga dari pihak yang berhutang. Tambahan tersebut jelas dilarang dan dalam hukum Islam disebut dengan *riba*.²⁹ Hal ini tertera dalam firman Allah pada QS. Al-Baqarah (2): 245, yang bunyinya:³⁰

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ
وَيَبْصِطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ٢٤٥

Artinya:

"Siapakah yang mau memberi pinjaman yang baik kepada Allah? Dia akan melipatgandakan (pembayaran atas pinjaman itu) baginya berkali-kali lipat. Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki). Kepada-Nyalah kamu dikembalikan."

Peminjam hanya memiliki kewajiban untuk mengembalikan pokok hutang dan apabila memiliki kemampuan diperkenankan memberi pengembalian lebih besar sebagai bentuk terimakasih.³¹ Selain itu seseorang hanya diperbolehkan berhutang pada kondisi yang

²⁸ Ibid.

²⁹ Harun. *Fiqh Muamalah*., 143.

³⁰ Tafsir Wajiz, "Al-Quran Online Al-Baqarah Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online," *nu.or.id*, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/245>., diakses pada 03 Januari 2024.

³¹ Rofyanto Kurniawan and Tri Wibowo, *Dinamika Kebijakan Subsidi Pupuk dan Ketahanan Pangan* (Jakarta: Gramedia, 2017), 130.

mendesak, seperti berhutang untuk membeli makanan supaya tidak kelaparan.³² Berikut merupakan rukun serta syarat sah supaya akad *qardh* dapat berjalan, yaitu:

a. Adanya *sighat* (ijab-kabul)

Ijab yang dimaksud disini merupakan kalimat memberi hutang seperti “saya memberi hutang”, dan qabul merupakan kalimat menerima hutang (kerelaan), seperti “saya berhutang”.³³

b. Adanya *aqidain* (kedua pihak yang melakukan akad utang-piutang)

Kedua pihak tersebut wajib memenuhi ketentuan hukum yaitu telah *baligh*, memiliki akal sehat, tanpa paksaan serta bersifat *ruyd* (mampu mengatur keuangan).³⁴ Oleh sebab itu akad *qardh* yang dilaksanakan orang yang dipaksa, orang gila atau bodoh, serta anak kecil dianggap tidak sah.³⁵

c. Adanya harta

Menurut ulama Hanafiyah, harta yang dipinjamkan harus bersifat materi sehingga tidak dalam bentuk manfaat. Namun menurut jumhur ulama, sesuatu yang dipinjamkan boleh dalam bentuk harta benda maupun jasa.³⁶ Selain itu jumlah, ukuran, kualitas, serta jenis harta yang menjadi pinjaman harus jelas supaya

³² Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah* (Banyumas: Pena Persada, 2020), 126.

³³ Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer.*, 77.

³⁴ Harun, *Fiqh Muamalah.*, 146.

³⁵ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer.*, 147.

³⁶ Harun, *Fiqh Muamalah.*, 146.

mudah untuk dikembalikan sehingga *aqidain* terhindar dari perselisihan.

Selain hal-hal di atas, pada KHES pasal 61 juga memuat pernyataan bahwa dalam akad *qardh* pemberi pinjaman boleh meminta jaminan kepada peminjam apabila diperlukan supaya pinjaman yang diberikan tidak disalahgunakan.³⁷ Berlandaskan Fatwa DSN-MUI No.117/DSN-MUI/II/2018, penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis digital tidak boleh bertolak belakang dengan prinsip syariah.³⁸ Secara spesifik tertera pada fatwa tersebut bahwa tidak diperkenankan terdapat unsur *maysir, zhulm, riba, tadtis, gharar, haram, dharar*, serta *dzalim* dalam transaksi secara digital.³⁹

Hingga saat ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) masih belum menetapkan fatwa khusus tentang fitur *PayLater online*. Akan tetapi, dalam Ijtima Ulama Tahun 2021, telah ditetapkan oleh Komisi Fatwa MUI bahwa pinjaman yang memiliki basis *riba* hukumnya haram. Prof. Dr. Asrorun Niam Sholeh yang merupakan Ketua MUI bidang Fatwa, menekankan segala layanan pemberi pinjaman *offline* ataupun *online*

³⁷ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer.*, 147–48.

³⁸ Muhammad Septian Hadrianto, “Pelaksanaan Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Perusahaan Fintech Syariah” 1, No.12/ 2022, 1202.

³⁹ Ana Toni Roby Candra Yudha et al., *Fintech Syariah dalam Sistem Industri Halal: Teori dan Praktik* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), 63.

yang terdapat unsur *riba* tetap haram hukumnya walaupun didasari atas kerelaan.⁴⁰

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasrul Hadi menyatakan bahwa pada *Shopee PayLater* terdapat sistem bunga yang dapat menjerumuskan ke dalam transaksi *ribawi*.⁴¹ Adapun hasil penelitian yang dilakukan Endra Rafif juga menyatakan penggunaan *Shopee PayLater* dalam hukum Islam adalah haram, karena terdapat bunga yang merupakan salah satu jenis *riba*.⁴² Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Agisni Maulina et al., menyatakan penggunaan *Shopee PayLater* dilarang dalam hukum Islam, karena adanya biaya tambahan dan bunga sehingga termasuk ke dalam *riba qardh* dan *riba jahiliyah*.⁴³

Hal ini diperkuat dengan Fatwa MUI Jawa Timur yang menetapkan bahwa layanan *PayLater* dengan sistem bunga hukumnya adalah haram. Dijelaskan juga jika yang menjadi permasalahan bukanlah metodenya, melainkan akad yang digunakan. Akad dalam *PayLater* dinilai mirip dengan akad *qardh*, namun menggunakan sistem bunga tersebut termasuk bagian dari *riba*.⁴⁴ Berdasarkan penelitian

⁴⁰ Yana, "Pembayaran Lewat Paylater, Halal atau Haram?," dalam *LPPOM MUI*, <https://halalmui.org/pembayaran-lewat-paylater-halal-atau-haram/>, diakses pada 11 Desember 2023.

⁴¹ Nasrul Hadi, "Shopee Pay Later dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," 81.

⁴² Endra Rafif Mahardika, "Penggunaan Shoppe Pay Later Dalam Pandangan Hukum Islam," *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, No.6/ 2023, 1036.

⁴³ Maulina Solihin et al., "Analisis Transaksi Shopee PayLater dalam Perspektif Hukum Islam," *JPG: Jurnal Pendidikan Guru* 3, No.4/ 05 November 2022, 288.

⁴⁴ KlikLegal.com, "Dinilai Mirip Dengan Utang, Fatwa MUI Putuskan Layanan Paylater Haram.," dalam KlikLegal.com, diakses pada 09 Februari 2024.

terdahulu dan fatwa tersebut dapat diketahui jika penggunaan fitur *Shopee PayLater* haram hukumnya, karena terdapat suku bunga atau *riba* didalamnya.

B. Literasi Keuangan Syariah

1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Secara khusus, literasi diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca serta menulis. Sedangkan secara umum, literasi merupakan kecakapan (kemampuan) seseorang dalam pengolahan serta pemahaman atas suatu informasi melalui membaca maupun menulis.⁴⁵ Literasi juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir kritis yang diperoleh dari membaca dan menulis. Selain itu, melalui literasi seseorang juga dapat mengembangkan potensi diri serta berperan aktif dalam kehidupan bermasyarakat.⁴⁶ Berikut pengertian literasi keuangan syariah menurut beberapa sumber, adalah:

- a. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Apip, mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), serta keyakinan (*confidence*) yang berpengaruh dalam meningkatkan kualitas sikap untuk mengambil keputusan dan mengelola keuangan agar tercapainya kesejahteraan.⁴⁷

⁴⁵ Tomson Sabungan Silalahi et al., *Pemuda Milenial* (Sukabumi: Jejak Publisher, 2019), 145.

⁴⁶ Abditama Srifitriani et al., *Kontribusi Ilmuwan dan Praktisi untuk 76 Tahun Kemerdekaan Indonesia* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2021), 159.

⁴⁷ Apip Alansori dan Erna Listyaningsih, *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat* (Yogyakarta: Andi, 2020), 29.

- b. Menurut Rahim dalam Heriyati, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam.
- c. Menurut Nasution dalam Heriyati, literasi keuangan syariah mencerminkan wawasan, pengetahuan dan kemampuan individu untuk membuat keputusan, mengenali dan menerapkan konsep yang relevan dengan keuangan dan finansial.⁴⁸
- d. Menurut Nur, literasi keuangan syariah dapat membantu seseorang dalam menggunakan sumber keuangannya sesuai kebutuhan sehingga tidak lebih besar pengeluaran daripada pemasukan yang berkemungkinan merugikan diri sendiri maupun orang lain.⁴⁹

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, literasi keuangan syariah yaitu pengetahuan, kemampuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola sumber keuangan untuk mencapai kesejahteraan yang sesuai dengan landasan syariat Islam. Pengetahuan dan kemampuan tersebut dapat diperoleh dari membaca atau menulis. Tujuan dari literasi keuangan syariah yaitu dapat mengembangkan potensi diri seseorang demi tercapainya kebahagiaan serta kesejahteraan di dunia serta akhirat.⁵⁰

⁴⁸ Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan UMKM* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023), 21.

⁴⁹ Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2021), 9.

⁵⁰ Muhammad Tri Ramdhani et al., *Pembelajaran Ekonomi Islam pada Pondok Pesantren* (Bantul: K-Media, 2019), 12.

2. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Berdasarkan definisi-definisi literasi keuangan syariah yang bersumber dari OJK, Rahim, serta Nasution maka indikator dari literasi keuangan syariah, yaitu:

a. Pengetahuan

Tingkat literasi keuangan syariah dapat dilihat melalui pengetahuan seseorang atas peran dan prinsip dalam pengelolaan keuangan yang sesuai dengan syariah Islam.⁵¹

b. Keterampilan

Tingkat literasi keuangan syariah dapat dilihat melalui keterampilan seseorang dalam mengambil keputusan dan mengatur keuangan dengan baik sesuai syariah Islam, termasuk dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.⁵²

c. Sikap

Tingkat literasi keuangan syariah dapat dilihat melalui kemampuan seseorang dalam membayar kewajiban, merancang keuangan pribadi serta menggunakan jasa keuangan yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.⁵³

⁵¹ Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan.*, 21.

⁵² Apip Alansori dan Erna Listyaningsih, *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan.*, 29.

⁵³ Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan.*, 21.

d. Kepercayaan

Tingkat literasi keuangan syariah dapat dilihat melalui kepercayaan diri seseorang pada saat merencanakan kebutuhan (keuangan) jangka panjang yang sesuai dengan prinsip Islam.⁵⁴

Adapun indikator dari Literasi Keuangan Syariah yang digunakan sebagai instrument uji pada penelitian ini yaitu pengetahuan dan keterampilan. Indikator ini dipilih karena dianggap dapat mewakili keseluruhan indikator dalam literasi keuangan syariah dan supaya tidak terjadi keserupaan pernyataan yang mengakibatkan bias (kebingungan). Indikator pengetahuan dipilih karena dianggap dapat menjadi alat ukur dalam pemahaman seseorang terhadap literasi keuangan syariah. Adapun indikator keterampilan dipilih karena untuk mengetahui sejauh mana kecakapan seseorang dalam pengelolaan keuangan secara syariah.

3. Peran Literasi Keuangan Syariah

Tujuan literasi keuangan syariah tentunya sejalan dengan ekonomi syariah yaitu *maqashid syariah* atau tercapainya *kemaslahatan* (kesejahteraan) manusia dengan menjalani kehidupan secara baik.⁵⁵ Melalui literasi keuangan syariah, diharapkan seorang muslim dapat mengelola keuangannya dengan baik supaya terhindar dari segala kemungkinan yang dapat merugikan diri sendiri ataupun orang lain.

⁵⁴ Apip Alansori dan Erna Listyaningsih, *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan.*, 29.

⁵⁵ Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia*, 7.

Berikut merupakan peran literasi keuangan syariah demi tercapainya *maqashid syariah*, yaitu:⁵⁶

a. Memberikan perlindungan bagi agama (*hifdzu din*)

Melalui literasi keuangan syariah diharapkan seorang muslim dapat mengatur keuangannya secara baik agar terhindar dari kesulitan keuangan. Hal ini karena ditakutkan apabila ketika seorang muslim mengalami masalah keuangan, maka akan melupakan agamanya dan mengejar duniawi semata.

b. Memberikan perlindungan bagi jiwa (*hifdzu nafs*)

Melalui literasi keuangan syariah diharapkan seorang muslim dapat dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga tahu akan pentingnya memiliki dana darurat. Dana tersebut dapat digunakan sewaktu-waktu apabila dalam keadaan mendesak dan menjadi usaha dalam melindungi diri dari risiko yang kemungkinan dapat mengancam keselamatan jiwa.

c. Memberikan perlindungan bagi pikiran (*hifdzu 'aql*)

Melalui literasi keuangan syariah diharapkan seorang muslim dapat mengatur keuangannya secara baik agar terhindar dari kesulitan keuangan. Hal ini karena ditakutkan apabila dalam usaha mengatasi permasalahan tersebut kemungkinan melalui hal-hal atau cara instan yang dapat mengganggu kesehatan akal (pikiran). Hal

⁵⁶ Ibid., 9–11.

instan yang dimaksud tersebut seperti mabuk-mabukan, memakai narkoba, dan hal lainnya yang dilarang agama.

d. Memberikan perlindungan bagi keturunan (*hifdzu nasl*)

Melalui literasi keuangan syariah diharapkan seorang muslim dapat dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga dapat semampunya menahan diri untuk tidak berhutang. Hal ini karena jika seorang muslim wafat ketika masih memiliki hutang, maka hutang itu wajib dibayarkan oleh ahli warisnya. Agama Islam melarang seseorang untuk meninggalkan keturunannya dalam kondisi yang lemah serta menyulitkan.

e. Memberikan perlindungan bagi harta (*hifdzu mal*)

Melalui literasi keuangan syariah diharapkan seorang muslim dapat dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga pengeluarannya tidak akan lebih besar daripada pemasukannya. Selain itu, dengan pemahaman literasi keuangan syariah umat muslim juga dapat menghindarkan diri dari risiko penipuan (investasi bodong) yang dapat mengakibatkan kerugian secara finansial.

4. Bunga (*Riba*) dalam Ekonomi Syariah

Prinsip keuangan syariah berlandaskan pada kesesuaian antara nilai ekonomi dan ajaran agama Islam. Salah satu prinsip keuangan

syariah ialah larangan adanya *riba* (bunga) dalam kegiatan transaksi.⁵⁷ Secara bahasa, *riba* diambil dari kata *az-ziyadah* yang artinya tambahan. Sedangkan menurut istilah, *riba* adalah tambahan (kelebihan) dalam pembayaran, dimana salah satu pihak yang berakad tidak mendapatkan ganti (imbalan) yang serupa. *Riba* juga dapat diartikan sebagai meminta tambahan pembayaran dari harta yang dihutangkan.⁵⁸ Berikut pengertian *riba* menurut beberapa cendekiawan muslim, adalah:

- a. Sayyid Sabiq dalam Nur menyatakan *riba* adalah penambahan dari harta pokok hutang dalam jumlah sedikit maupun banyak.⁵⁹
- b. Menurut Imam an-Nawawi golongan madzhab Syafi'i, *riba* adalah penambahan pada harta pokok karena faktor waktu. *Riba* dalam perbankan dikenal sebagai bunga kredit, dimana besarnya sesuai jangka waktu pinjaman.⁶⁰
- c. Menurut Imam Ahmad ibn Hanbal dari madzhab Hanabilah, *riba* adalah ketika seseorang berhutang maka diberikan dua pilihan padanya yaitu akan membayar lunas atau membayar lebih. Apabila tidak memiliki kemampuan untuk membayar langsung, maka penghutang harus memberikan tambahan dana (bunga pinjaman) sebagai pengganti tambahan waktu yang diberikan.⁶¹

⁵⁷ M. Anwar et al., *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah* (Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2023), 31.

⁵⁸ Daeng Naja, *Dosa Riba Notaris* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 115.

⁵⁹ Nur Wahid, *Mengenal Konsep Bisnis Syariah Dari Titik Nol* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2021), 180.

⁶⁰ Nur Wahid, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia: Teori dan Regulasi* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022), 340.

⁶¹ Darwis Harahap et al., *Diskursus Ekonomi Islam* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), 4–5.

Berdasarkan pengertian dari beberapa cendekiawan muslim di atas, *riba* yaitu pengambilan dana tambahan dari harta (hutang) pokok dalam transaksi tanpa ada imbalan yang sesuai. *Riba* termasuk kegiatan yang menjadi larangan oleh Allah SWT. Oleh sebab itu, apabila dikerjakan maka akan berdosa dan mendapatkan konsekuensi yang sangat serius.⁶² Adapun arti dari bunga dan segala jenisnya itu sama saja dengan *riba*, maka hukumnya haram.⁶³ Dalam Surah Al-Baqarah (2): 275, Allah SWT berfirman yang bunyinya:⁶⁴

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya:

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga

⁶² Hafidz Muftisany, *Hukum Riba* (Karanganyar: Intera, 2021), 3.

⁶³ Nur Wahid, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022), 203.

⁶⁴ Tafsir Wajiz, “Al-Quran Online Al-Baqarah Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online,” *nu.or.id*, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>., diakses pada 01 Januari 2024.

apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”

Berdasarkan terjemahan QS. Al-Baqarah (2): 275 di atas, dijelaskan bahwasanya Allah SWT, menghalalkan jual beli serta mengharamkan *riba*. Berikut merupakan perbedaan mendasar antara jual-beli dan *riba*, adalah:⁶⁵

- a. Pada transaksi jual-beli, pembeli akan memperoleh keuntungan dari barang yang dibelinya, dan penjual memperoleh bayaran atas pekerjaan serta waktunya. Namun pada transaksi *riba* tidak terdapat pembagian keuntungan yang setara. Pihak *debitur* akan memperoleh tambahan uang dari pinjaman yang diberikannya, sedangkan *kreditur* hanya mendapatkan tambahan waktu yang tidak terdapat keuntungan pasti.
- b. Pada transaksi jual-beli, penjual hanya dapat meraih keuntungan sekali saja pada setiap transaksi yang dilakukannya. Sedangkan pada transaksi *riba*, *debitur* akan terus meminta tambahan bahkan nilainya dapat terus meningkat selama pinjaman tersebut belum dilunasi.
- c. Pada transaksi jual-beli, transaksi dinyatakan selesai ketika suatu barang dibayarkan atau digantikan sesuai dengan harganya.

⁶⁵ Abdul Wahid and Nashr Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer: Menggali Teori Ekonomi dari Ayat-Ayat Al-Qur'an* (Depok: Gema Insani, 2020), 73–74.

Sedangkan pada transaksi *riba*, *kreditur* harus mengganti pokok pinjaman yang disertai biaya tambahan atau bunga.

- d. Pada transaksi jual-beli, penjual akan memperoleh keuntungan atas tenaga maupun keahliannya. Sedangkan pada transaksi *riba*, *debitur* akan memperoleh keuntungan tanpa tenaga dan hanya perlu meminjamkan hartanya saja.

C. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas dalam bahasa Inggris disebut *religion* lalu berganti menjadi *religiosity*. Dalam bahasa Indonesia, istilah tersebut berarti keberagaman serta religiusitas. Kata agama sendiri diambil dari bahasa sanskerta, dimana “*a*” artinya tidak serta “*gama*” artinya kacau. Maka dari itu agama diartikan tidak kacau atau tidak berantakan, dan pada istilah lain diartikan juga sebagai peraturan.⁶⁶ Hal itu menyatakan dalam agama mempunyai peraturan maupun kewajiban yang harus terpenuhi.⁶⁷

Berikut pengertian dari religiusitas menurut beberapa tokoh, adalah:

- a. Menurut Glock dan Stark dalam Suryadi, religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang dimiliki seseorang atas agama yang dipeluknya.⁶⁸

⁶⁶ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), 7.

⁶⁷ Halil Khusairi and Elex Sarmigi, *Peluang Wisata Budaya Dan Religi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Pengaruh Budaya Kenduri Tuai Padi Dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kerinci* (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2022), 127.

⁶⁸ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan..*, 11.

- b. Menurut Jalaluddin, religiusitas merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk berperilaku sesuai dengan kepatuhannya terhadap agama yang dianut.⁶⁹
- c. Menurut Nashori dan Mucharam, religiusitas merupakan ukuran ukuran bagi individu atas pengetahuan, kekokohan keyakinan, ketaatan serta kedalaman menghayati agamanya.⁷⁰
- d. Menurut Mayasurru, religiusitas atau keimanan dipercaya dapat memberikan dorongan moral dalam penggunaan dan pemanfaatan harta agar lebih efektif.⁷¹

Religiusitas bersumber pada ajaran agama, sebab dengan pemahaman agama maka dapat meningkatkan religiusitas seseorang. Religiusitas relevan terhadap berbagai istilah yakni agama, kesalehan, iman, ortodoksi, pengabdian serta lainnya. Namun religiusitas belum dapat didefinisikan dengan istilah-istilah tersebut, karena memiliki konsep yang teramat kompleks sehingga sulit didefinisikan.⁷² Berdasarkan beberapa pengertian diatas, religiusitas yaitu keadaan seseorang yang memiliki keyakinan kepada Tuhan dan terlihat dari semangat keagamaannya. Semakin tingginya kesalehan seseorang

⁶⁹ Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja* (Bantul: Kaukaba Dipantara, 2014), 2.

⁷⁰ Bambang Supradi, *Transformasi Religiusitas Model Full Day School* (Bogor: Guepedia, 2020), 59.

⁷¹ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 91.

⁷² Hadi Pajariato et al., *Read: Nilai dan Budaya Kerja di Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Apakah Religiusitas Dibutuhkan?* (Bandung: Indonesia Emas Group, 2022), 24.

(ketaatan beragama) tentunya semakin kuat keyakinan pada Tuhan, semakin tinggi pula religiusitas yang dimilikinya.

2. Indikator Religiusitas

Tingkat religiusitas seseorang sukar untuk dinilai maupun dipelajari. Hal ini karena religiusitas bersifat kasat mata dan sangat kompleks sehingga kadarnya antar individu akan berbeda.⁷³ Oleh karena itu, Glock dan Stark melakukan pengembangan aspek-aspek dimensi religiusitas, yaitu:⁷⁴

- a. Dimensi *ideologis* (keyakinan) yaitu aspek yang mengukur tingkat religiusitas melalui kepercayaan seseorang pada kesahihan agamanya, khususnya pada pemahaman yang bersifat *fundamental* maupun *dogmatis*.
- b. Dimensi *ritual* (praktik) yaitu aspek yang mengukur tingkat religiusitas melalui kepatuhan seseorang dalam melakukan kewajiban perintah agamanya secara praktik.
- c. Dimensi *eksperensial* (penghayatan) yaitu aspek yang mengukur tingkat religiusitas melalui pengalaman dan perasaan seseorang terkait dengan hal-hal religius yang dialaminya.
- d. Dimensi *intelektual* (pengetahuan) yaitu aspek yang mengukur tingkat religiusitas melalui pengetahuan serta pemahaman seseorang mengenai ajaran agama yang dianutnya.

⁷³ Angga Wilandika, *Mahasiswa, Religiusitas, dan Efikasi Diri Perilaku Berisiko HIV Kajian dalam Sudut Pandang Muslim* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), 13.

⁷⁴ Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja.*, 3.

- e. Dimensi *konsekuensi* (pengamalan) yaitu aspek yang mengukur tingkat religiusitas melalui komitmen dan perilaku seseorang berdasarkan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari (duniawi).

Dimensi-dimensi religiusitas yang dijabarkan oleh Glock dan Stark memiliki kesesuaian dengan aspek atau indikator religiusitas dalam agama Islam yang dikemukakan oleh Nashori dan Mucharam. Adapun aspek Iman setara dengan dimensi ideologis; aspek Islam setara dengan dimensi ritual; aspek Ihsan setara dengan dimensi ekperensial; aspek Ilmu setara dengan dimensi intelektual; serta aspek Amal setara dengan dimensi konsekuensi.⁷⁵

Adapun indikator dari Religiusitas yang digunakan sebagai instrument uji pada penelitian ini yaitu dimensi ideologis (keyakinan), dimensi ritual (praktik) dan dimensi konsekuensi (pengamalan). Indikator ini dipilih karena dianggap dapat mewakili keseluruhan indikator dalam religiusitas dan supaya tidak terjadi keserupaan pernyataan yang mengakibatkan bias (kebingungan). Indikator keyakinan dan praktik dipilih karena dianggap menjadi aspek penting sebagai tanda seseorang patuh pada ajaran agamanya. Selain itu, indikator pengamalan juga dipilih sebagai hasil penerapan keimanan atau religiusitas dalam perilaku kehidupan sehari-hari.

⁷⁵ Ibid., 4.

3. Religiusitas dalam Perilaku Ekonomi

Menurut Souiden dan Rani, tingkat religiusitas seseorang akan berpengaruh pada perilaku konsumsinya. Oleh karena itu, jika seseorang kurang atau tidak religius maka faktor agama tidak akan menjadi pertimbangan atau berpengaruh sangat lemah terhadap keputusan konsumsinya.⁷⁶ Keimanan dipercaya dapat memberikan dorongan moral dalam penggunaan dan pemanfaatan harta agar lebih efektif.⁷⁷

Motif dasar kegiatan konsumsi (barang atau jasa) dalam Islam ialah manfaat atas kebutuhan serta kewajiban.⁷⁸ Kegiatan bermuamalah seorang muslim tidak boleh hanya mengutamakan *utility* (kepuasan) semata, namun harus memperhitungkan segi *masalahahnya* juga. Hal ini mampu diperoleh jika seorang muslim menggunakan produk maupun jasa sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.⁷⁹

Tauhid menjadi prinsip ekonomi Islam yang akan membimbing manusia pada religiusitas ekonomi. Religiusitas ekonomi merupakan penerapan *akidah*, *syariah*, dan moral dalam aktivitas ekonomi. Ketiga aspek ini bergabung menjadi pandangan dunia (*world-view*) Islam, yang menyatakan bahwa pemilik segala sumber daya di bumi hanyalah Allah SWT. semata. Sementara itu manusia hanya diberi amanah guna

⁷⁶ Soegeng Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas dan Kualitas Layanan* (Indramayu: Penerbit Adab, 2022), 37.

⁷⁷ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 91.

⁷⁸ Darwis Harahap dan Ferri Alfadri, *Ekonomi Mikro Islam* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), 69.

⁷⁹ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis.*, 91.

mengelola, mengambil manfaat, serta menjaga kelestariannya.⁸⁰ Berikut merupakan pengaruh tingkat religiusitas (keimanan) terhadap motif perilaku berekonomi seseorang, yaitu:⁸¹

- a. Apabila tingkat keimanan seseorang cukup baik, maka akan disebut sebagai muslim yang taat. Adapun dalam kegiatan ekonominya akan dipengaruhi dengan *mashlahah (public interest)*, kebutuhan (*needs*) serta kewajiban (*obligation*).
- b. Apabila tingkat keimanan seseorang kurang baik, maka akan disebut sebagai muslim yang kurang taat. Adapun dalam kegiatan ekonominya tidak akan dipengaruhi tiga hal diatas saja, tetapi terpengaruh juga dengan ego, *rasionalisme (materialisme)* serta keinginan (*individualistis*).
- c. Apabila tingkat keimanan seseorang buruk, maka akan disebut sebagai muslim yang tidak taat. Adapun dalam kegiatan ekonominya hanya dipengaruhi dengan ego, *rasionalisme (materialisme)* serta keinginan (*individualistis*).

⁸⁰ Havis Aravik et al, *Percikan Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 154.

⁸¹ Iendy Zelvian Adhari et al., *Kumpulan Teori Pemikiran Ekonomi Syariah: Pra Kenabian, Pasca Kenabian, dan Era Kontemporer* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 20.

D. Persepsi Manfaat

1. Pengertian Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat dianggap sebagai keyakinan akan hal positif (keuntungan) yang disarankan agar terhindar dari risiko.⁸² Berikut definisi dari persepsi manfaat menurut beberapa sumber, yaitu:

- a. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan persepsi sebagai tanggapan langsung atas suatu hal. Sedangkan manfaat diartikan sebagai kegunaan, faedah, atau untung (laba). Maka persepsi manfaat merupakan tanggapan (respon) langsung masyarakat terhadap suatu hal yang dianggap memiliki nilai guna atau mendatangkan keuntungan.⁸³
- b. Menurut Jogiyanto dalam Indyah, persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan seseorang jika penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan menambah performa kerjanya.⁸⁴
- c. Menurut Zha dalam Jaya, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) ialah manfaat yang dirasakan konsumen dalam pemakaian suatu produk ataupun jasa.⁸⁵

⁸² I Ketut Swarjana, *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan* (Yogyakarta: Andi, 2022), 34.

⁸³ Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2020), 6–7.

⁸⁴ Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (TAM)* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 11.

⁸⁵ I. Gst Ngr Jaya Agung Widagda K et al., *Model Tam, Flow Theory, Mobile App Design Quality Pada Pengguna E-Commerce* (Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023), 15.

- d. Menurut Ridwan, suatu teknologi atau *platform (marketplace)* akan digunakan jika dianggap dapat memberikan manfaat serta membantu aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien.⁸⁶

Apabila semakin tinggi persepsi manfaat terhadap suatu teknologi maka semakin tinggi juga keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.⁸⁷ Berdasarkan pengertian dari beberapa sumber di atas, persepsi manfaat yaitu anggapan atau pandangan seseorang terhadap suatu hal yang dinilai dapat meningkatkan kinerja maupun keuntungan.

2. Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto dalam Elik, terdapat beberapa indikator dari persepsi manfaat adalah:⁸⁸

- a. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu mempercepat waktu pengerjaan suatu kegiatan (pekerjaan).

⁸⁶ Ridwan Daud Mahande, *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model dan Studi Empiris* (Bandung: Indonesia Emas Group), 82–83.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Anak Agung Elik Astari et al., *Technology Accepted Model, Theory of Planned Behavior, dan Fear Of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital* (Badung: Intelektual Manifes Media, 2023), 87–89.

b. Meningkatkan performa kerja (*improve job performance*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu meningkatkan kualitas dari suatu kegiatan (pekerjaan).

c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu meningkatkan meningkatkan kuantitas (produksi) dari suatu kegiatan (pekerjaan).

d. Efektifitas (*effectiveness*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu meningkatkan keberhasilan atas suatu kegiatan (pekerjaan).

e. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu menjadikan suatu kegiatan (pekerjaan) yang awalnya terasa sulit menjadi lebih mudah.

f. Bermanfaat (*useful*)

Suatu barang atau jasa dianggap bermanfaat apabila penggunaannya mampu membantu dalam kegiatan (pekerjaan) sehari-hari.

Adapun indikator dari Persepsi Manfaat yang digunakan sebagai instrument uji pada penelitian ini yaitu efektivitas. Indikator efektivitas dipilih karena dianggap dapat mewakili keseluruhan

indikator dalam persepsi manfaat dan supaya tidak terjadi keserupaan pernyataan yang mengakibatkan bias (kebingungan). Dimana aspek yang dilihat ialah keefektifan dalam kemudahan pembayaran, serta pemanfaatan waktu dan tenaga.

E. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X₁), Religiusitas (X₂) dan Persepsi Manfaat (X₃) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y)

Dalam hubungan variabel terhadap obyek penelitian, peneliti kuantitatif lebih melihat pada sifat sebab-akibat (kausal). Oleh karena itu dalam penelitian kuantitatif terdapat variabel bebas serta terikat. Selanjutnya dalam penelitian tersebut akan dianalisis seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁹ Menurut Kotler dan Amstrong dalam Zulki, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau penggunaan, diantaranya ialah faktor budaya dan faktor psikologis.⁹⁰ Teori tersebut merupakan hubungan sebab akibat yang dapat menjadi acuan pada penelitian ini.

Adapun pada penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yang menjadi sebab, yakni Literasi Keuangan Syariah (X₁) sebagai unsur dari faktor psikologis, Religiusitas (X₂) sebagai unsur dari faktor budaya serta Persepsi Manfaat (X₃) juga sebagai unsur dari faktor psikologis. Selain itu terdapat satu variabel terikat yang menjadi akibat, yaitu keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 21.

⁹⁰ Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0.*, 78.

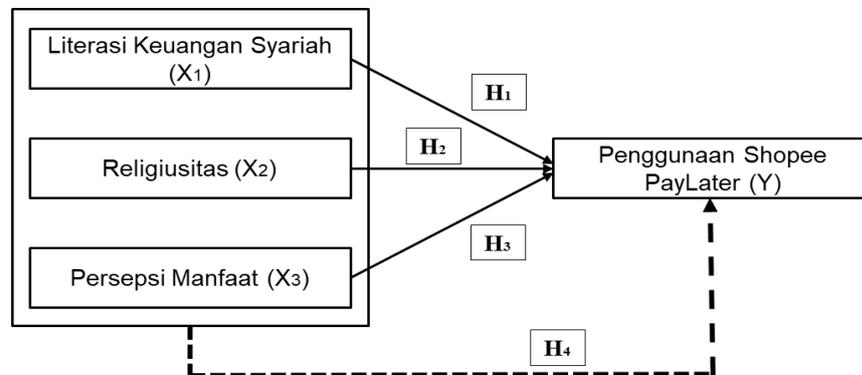
Hal ini berdasarkan pada masalah penelitian yaitu Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas seringkali terabaikan oleh sebagian mahasiswa ketika melakukan pembayaran melalui fitur digital. Penyebabnya yaitu mahasiswa lebih mementingkan pada gaya atau kebutuhan yang dianggap mendesak. Sehingga dapat diartikan mahasiswa lebih memberatkan pada segi Persepsi Manfaat ketika menggunakan suatu layanan jasa digital. Dalam usaha memenuhi keinginannya, mahasiswa dapat berkeputusan menggunakan layanan yang mengandung unsur *riba* seperti *Shopee PayLater*.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah gambaran konsep yang menjelaskan tentang kaitan antar variabel dalam penelitian. Kerangka berpikir lebih baik digambarkan dengan bentuk diagram (skema), hal ini bertujuan agar variabel data dapat dipahami dengan mudah.⁹¹ Berikut kerangka berpikir dalam penelitian ini, yaitu:

⁹¹ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 104.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

—————> : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban (dugaan) sementara atas rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis menjadi saran untuk menjawab masalah penelitian berdasarkan teori yang relevan serta diuji dengan fakta empiris. Selain itu, hipotesis juga mengemukakan prediksi hubungan antar variabel yang sedang diteliti.⁹² Pernyataan dalam merumuskan hipotesis harus berupa cerminan dari adanya hubungan antar variabel. Hipotesis yang bersifat relasional atau berpengaruh disebut hipotesis kerja (H_k) atau hipotesis alternatif (H_a). Sedangkan, hipotesis pembandingnya berupa kebalikan dari hipotesis kerja atau tidak berpengaruh disebut hipotesis nol (H_0).⁹³ Berikut hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

⁹² Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 49.

⁹³ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif.*, 14.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Hipotesis Pertama)

Menurut Rahim dalam Heriyati, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam.⁹⁴ Adapun menurut Nur, melalui tingkat literasi keuangan syariah yang baik, dapat membantu seseorang dalam menggunakan sumber keuangannya sesuai kebutuhan. Hal ini supaya tidak lebih besar pengeluaran daripada pemasukan yang nantinya berkemungkinan dapat merugikan diri sendiri atau orang lain.⁹⁵

Berdasarkan hasil penelitian Stefani Marina Palimbong, Elisabet Pali, Astriwati Biringkanae dan Randi Tangdialla menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Literasi keuangan dapat membantu dalam menyesuaikan kondisi keuangan yang dimiliki ketika menggunakan *Shopee PayLater*, sehingga tidak mengakibatkan kerugian.⁹⁶ Adapun hipotesis pertama dari penelitian ini, yaitu:

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh literasi keuangan syariah terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

⁹⁴ Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah*., 21.

⁹⁵ Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia*., 9.

⁹⁶ Stefani Marina Palimbong et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja," *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 1, No.3/ 2023, 16.

Ha₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Hipotesis Kedua)

Menurut Glock dan Stark dalam Bambang, religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang dimiliki seseorang atas agama yang dipeluknya.⁹⁷ Adapun menurut Mayasurru, melalui religiusitas atau keimanan dipercaya dapat memberikan dorongan moral dalam penggunaan dan pemanfaatan harta agar lebih efektif. Salah satunya yaitu ketika membeli barang akan didasarkan pada kebutuhan serta manfaat atas barang tersebut, dan bukan semata-mata hanya keinginan (nafsu) saja.⁹⁸

Berdasarkan hasil penelitian Selvi Rahmani, Moh Mukhsin, Muhamad Fakhrudin menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Religiusitas mampu digunakan dalam keputusan penggunaan *Shopee PayLater* supaya terhindar dari hal-hal yang berlawanan dengan syariat Islam.⁹⁹ Adapun hipotesis kedua dari penelitian ini, yaitu:

⁹⁷ Bambang Suryadi et al, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi.*, 11.

⁹⁸ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis.*, 91.

⁹⁹ Selvi Rahmani et al, "Pengaruh Religiusitas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Shopee PayLater* Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 6, No.1/ 2023, 41.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan religiusitas terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Hipotesis Ketiga)

Menurut Jogiyanto dalam Indyah, persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan seseorang jika penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan menambah performa kerjanya.¹⁰⁰ Adapun menurut Ridwan, seseorang akan menggunakan suatu teknologi atau *platform (marketplace)* jika dianggap dapat memberikan manfaat serta membantu aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. Apabila semakin tinggi persepsi manfaat terhadap suatu teknologi maka semakin tinggi juga keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.¹⁰¹

Berdasarkan hasil penelitian Suci Aknes Fionita, Rose Rahmidani menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan

¹⁰⁰ Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model.*, 11.

¹⁰¹ Ridwan Daud Mahande, *Perilaku Penerimaan E-Learning.*, 82–83.

layanan *Shopee PayLater*.¹⁰² Adapun hipotesis ketiga dari penelitian ini, yaitu:

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* secara Simultan (Hipotesis Keempat)

Menurut Santrock dalam Hera, pengambilan keputusan memiliki keterkaitan dengan tanggung jawab terhadap risiko dan manfaat atas putusan yang dipilih serta kemampuan seseorang untuk berpikir rasional mengenai dampak positif maupun negatif saat memutuskan sebuah pilihan.¹⁰³ Adapun menurut Agus, dalam pengambilan keputusan tidak hanya didasari pada satu faktor saja, melainkan adanya pertimbangan dari beberapa faktor lainnya. Keputusan yang diambil seseorang bergantung pada tujuan yang ingin

¹⁰² Suci Aknes Fionita dan Rose Rahmidani, "Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan *ShopeePayLater* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No.3/ 2023, 23845.

¹⁰³ Hera Heru Sri Suryanti dan Ferisa Prastyaning Utami, *Layanan Bimbingan Klasikal*, 42.

dicapai, jenis permasalahan, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil penelitian Andi menunjukkan bahwa faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian atau penggunaan salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia.¹⁰⁵ Adapun hipotesis keempat dari penelitian ini, yaitu:

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

H_{a4} : Terdapat pengaruh simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada mahasiswa ekonomi syariah FEBI IAIN Metro

¹⁰⁴ Agus Prastyawan dan Yuni Lestari, *Pengambilan Keputusan.*, 1–2.

¹⁰⁵ Andi Muhammad Irwan, “Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia Di Kota Makassar),” *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, No.2/2019, 173.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang akan diteliti yakni “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro”, maka peneliti menggunakan rancangan penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif ialah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism. Kaidah ilmiah yakni konkrit, terukur, obyektif, rasional serta sistematis pada metode ini telah terpenuhi, sehingga dapat disebut metode ilmiah. Selain itu disebut sebagai metode kuantitatif karena yang digunakan dalam penelitian berupa data angka-angka serta diperlukan analisis melalui statistik.¹

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software IBM SPSS 22. Adapun sifat penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggambarkan suatu masalah sesuai fakta serta didukung oleh data yang akurat berbentuk angka lalu diteliti secara sistematis.²

Teknik analisis data pada penelitian ini akan menggunakan teknik analisis kuantitatif *inferensial (parametrik)*. Dalam teknik ini digunakan

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 16.

² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul: KBM Indonesia, 2021), 6.

rumus-rumus statistik dan hasil yang didapatkan dari perhitungan tersebut akan menjadi acuan guna menghasilkan kesimpulan yang diterapkan secara umum (*generalisasi*).³ Sedangkan yang akan menjadi lokasi pada penelitian ini ialah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan sampel penelitian mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.

B. Definisi Operasional Variabel

Nikmatur, Supardi & Surahman serta Vionalita dalam Karimuddin, menyatakan definisi operasional sebagai pendefinisian atas variabel-variabel penelitian sehingga bersifat operasional dan dapat diukur melalui alat ukur penelitian.⁴ Sedangkan menurut Sugiyono, variabel penelitian ialah atribut atau sifat seseorang, objek maupun kegiatan yang memiliki keragaman tertentu dan diputuskan untuk dipelajari lalu diambil kesimpulannya oleh peneliti.⁵

Pada penelitian ini terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun variabel bebas merupakan variabel yang memberikan pengaruh ataupun penyebab perubahan terhadap variabel terikat.⁶ Nama lain variabel bebas yakni variabel *predictor*, stimulus, dan *antecedent*.⁷ Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang mendapat pengaruh atau

³ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 203.

⁴ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 57.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 68.

⁶ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 16.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 69.

akibat dari variabel bebas.⁸ Nama lain dari variabel terikat yakni variabel output, *kriteria*, dan *konsekuensi*.⁹ Berikut definisi operasional variabel pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Literasi Keuangan Syariah (Variabel Bebas/X₁)	Menurut Rahim dalam Heriyati, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam. ¹⁰	1. Pengetahuan atas peran dan prinsip dalam pengelolaan keuangan secara syariah. 2. Keterampilan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
Religiusitas (Variabel Bebas/X₂)	Menurut Glock dan Stark dalam Bambang, religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang dimiliki seseorang	1. Dimensi <i>ideologis</i> (keyakinan), melalui kepercayaan pada kesahihan agamanya 2. Dimensi <i>ritual</i> (praktik), melalui kepatuhan terhadap perintah agama secara praktik.

⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*., 17.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*., 69.

¹⁰ Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan UMKM* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023), 21.

Variabel	Definisi	Indikator
	atas agama yang dipeluknya. ¹¹	3. Dimensi <i>konsekuensi</i> (pengamalan), melalui perilaku sehari-hari berdasarkan ajaran agama
Persepsi Manfaat (Variabel Bebas/X₃)	Menurut Jogiyanto dalam Indyah, persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan seseorang jika penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan menambah performa kerjanya. ¹²	Efektifitas (<i>effectiveness</i>), melalui keberhasilan atas suatu kegiatan (pekerjaan).
Penggunaan Shopee PayLater (Variabel Terikat/Y)	Menurut Santrock dalam Hera, pengambilan keputusan memiliki keterkaitan dengan tanggung jawab terhadap risiko dan manfaat atas putusan yang dipilih serta	1. Berpikir rasional (jernih), yaitu melakukan pertimbangan terhadap segala dampak serta risiko yang kemungkinan dihadapi. 2. Bertanggung jawab, yaitu menghadapi semua konsekuensi

¹¹ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), 11.

¹² Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (TAM)* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 11.

Variabel	Definisi	Indikator
	kemampuan seseorang untuk berpikir rasional mengenai dampak positif maupun negatif saat memutuskan sebuah pilihan. ¹³	terhadap masing-masing risiko dari alternatif yang dipilih.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi ialah total dari subjek penelitian atau seluruh variabel yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.¹⁴ Populasi didefinisikan sebagai wilayah sama rata (*generalisasi*) dan terdiri atas subjek ataupun objek dengan kuantitas serta karakteristik tertentu, kemudian dipilih untuk dipelajari lalu diambil kesimpulannya.¹⁵ Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro Angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 yang menggunakan *Shopee PayLater*.

¹³ Hera Heru Sri Suryanti dan Ferisa Prastyaning Utami, *Layanan Bimbingan Klasikal Berbasis Nilai Karakter Untuk Mengembangkan Kemandirian Mahasiswa Dalam Pandemi Covid-19* (Solo: Unisri Press, 2021), 42.

¹⁴ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 79.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 126.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel ialah sebagian atau perwakilan dari populasi yang akan digunakan pada penelitian.¹⁶ Somantri menyatakan sampel ialah sebagian kecil anggota populasi yang didapatkan melalui teknik tertentu sehingga dianggap dapat mewakili populasi yang akan diteliti.¹⁷ Sampel penelitian dapat diambil apabila populasi berjumlah besar sehingga peneliti tidak dapat mempelajari populasi tersebut secara total dikarenakan keterbatasan biaya, kemampuan tenaga serta waktu.¹⁸

Adapun untuk menentukan jumlah ukuran sampel yang diperlukan pada penelitian ini, maka dilakukan perhitungan menggunakan rumus Isaac dan Michael, sebagai berikut:¹⁹

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

S = jumlah sampel yang diperlukan

λ^2 = nilai chi kuadrat (dengan derajat kebebasan 1, taraf kesalahan 1% maka harga chi kuadrat 6,635, taraf kesalahan 5% maka harga chi kuadrat 3,841, dan taraf kesalahan 10% maka harga chi kuadrat 2,706)

N = jumlah populasi

d^2 = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 1%, 5% atau 10%

¹⁶ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 34.

¹⁷ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif.*, 81.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 127.

¹⁹ *Ibid.*, 138.

P = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

Diketahui total mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro Angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 berjumlah 741 orang.²⁰ Tingkat *sampling error* yang digunakan pada perhitungan sampel yakni 10%. Hal ini dikarenakan dari total tersebut, mahasiswa belum tentu menggunakan *Shopee PayLater* dan sebagian mahasiswa yang sudah tidak aktif lagi melakukan perkuliahan. Sehingga dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael, ukuran sampel yang diperlukan dapat dihitung seperti berikut:

$$\begin{aligned}
 S &= \frac{2,706 \cdot 741 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2(741-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \\
 &= \frac{501,2865}{7,4 + 0,6765} \\
 &= \frac{501,2865}{8,0765} \\
 &= 62,067 \\
 &= \mathbf{63 \text{ orang}}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, penelitian ini memerlukan sampel berjumlah 63 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni teknik *probability*

²⁰ “Mahasiswa Aktif,” dalam <https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa-aktif.php>. diakses pada 17 November 2023.

sampling, yakni keseluruhan anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.²¹ Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah *stratified random sampling*, dimana anggota populasi berada pada strata atau sub kelompok yang berbeda.²² Teknik ini dipilih karena untuk memastikan bahwa pada setiap strata menjadi bagian dalam sampel. Adapun strata pada penelitian ini yaitu berdasarkan pada tahun angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Secara sederhana, data diartikan sebagai fakta dari objek yang diamati atau diteliti. Data merupakan informasi (keterangan) dalam bentuk angka maupun kata (kategori) dan dapat menggambarkan masalah yang diteliti.²³ Teknik pengumpulan data harus sesuai dengan metode agar hasilnya sesuai dengan hipotesis yang telah ditentukan. Apabila terdapat kekeliruan pengumpulan data, maka akan berakibat terhadap hasil akhir atau kesimpulan sehingga penelitian dianggap tidak relevan serta terbuangnya waktu maupun tenaga secara sia-sia.²⁴ Pada penelitian ini terdapat beberapa sumber dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu:

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 129.

²² *Ibid.*, 130.

²³ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif.*, 63.

²⁴ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 28.

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ialah data yang didapatkan dari seseorang ataupun organisasi, lembaga, badan dan lain sebagainya secara langsung, dimana orang tersebut memiliki keterkaitan dengan hal yang diteliti.²⁵ Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari jawaban penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro pengguna *Shopee PayLater*.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber lain baik dari orang atau lembaga lain maupun dokumen yang telah tersedia dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan.²⁶ Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari penelitian terdahulu yakni artikel, jurnal, serta buku yang datanya relevan.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ialah teknik mengumpulkan data dengan membagikan serangkaian pertanyaan ataupun pernyataan tertulis pada responden, yang dirancang atas indikator dari variabel yang diteliti.²⁷ Kuesioner pada penelitian ini menggunakan pernyataan tertutup, sehingga responden cukup memutuskan salah satu

²⁵ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 64.

²⁶ *Ibid.*, 65.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 199.

alternatif dalam menjawab. Adapun skala yang digunakan dalam pengukuran ialah skala *likert*. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data mengenai sikap atau pendapat mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro terhadap indikator pada variabel-variabel penelitian. Kuesioner pada penelitian ini dibagikan dengan dua cara yaitu secara *online* melalui *googleform* dan secara *offline* melalui angket yang diberikan langsung kepada responden.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik mengumpulkan data berbentuk rekaman atau dokumen. Adapun dokumen yang dimaksud berupa tulisan, gambar (foto), ataupun karya monumental milik seseorang.²⁸ Dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data sejarah singkat dan karakteristik mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Selain itu, dokumentasi juga untuk memperoleh gambar (*screenshot*) laman pembayaran tagihan *Shopee PayLater* sebagai representasi terhadap mahasiswa yang menggunakan *Shopee PayLater*.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah alat ukur penelitian dalam pengukuran fenomena alam maupun sosial. Maksud dari fenomena tersebut ialah variabel-variabel penelitian. Meskipun instrumen penelitian alam telah

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.

banyak tersedia dan teruji, namun untuk instrumen penelitian sosial masih sukar untuk dicari dan didapatkan. Maka dari itu, instrumen penelitian bidang sosial sering disusun dan diuji (validitas dan reliabilitas) sendiri oleh para peneliti. Jumlah instrumen penelitian juga bergantung pada banyaknya variabel yang akan diteliti.²⁹ Berikut langkah-langkah menyusun instrumen penelitian, yaitu:

1. Menentukan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner atau angket ialah teknik dalam mengumpulkan data melalui pemberian daftar pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden supaya diisi.³⁰ Adapun kuisinioner pada penelitian ini disusun dengan metode pernyataan tertutup. Jadi, responden cukup menjawab dengan memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan.³¹ Selain itu, skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. Dalam mengukur persepsi, sikap, serta pendapat seseorang atas sebuah objek maupun fenomena tertentu dapat digunakan skala likert. Instrument penelitian ini menggunakan pernyataan positif dengan poin 5,4,3,2,1 berupa:³²

- a. SS (Sangat Setuju) = 5
- b. S (Setuju) = 4

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 156–57.

³⁰ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif.*, 192.

³¹ *Ibid.*, 193.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 147.

- c. N (Netral) = 3
- d. TS (Tidak Setuju) = 2
- e. STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

2. Menyusun Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Gambaran kisi-kisi kuesioner tentang Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Shopee PayLater*, yaitu:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Perkiraan Pernyataan per Indikator	Jumlah item	Skala
Literasi Keuangan Syariah (X ₁)	Pengetahuan	Mengetahui peran dan prinsip keuangan syariah	3	Likert
	Keterampilan	a. Mampu mengatur keuangan	1	Likert
		b. Penyesuaian terhadap gaya hidup (<i>trend</i>)	1	
Religiusitas (X ₂)	Dimensi ideologis (keyakinan)	Percaya atas ketentuan atau balasan dari Allah	2	Likert
	Dimensi ritual (praktik)	Ketekunan dalam beribadah	2	Likert
	Dimensi konsekuensi (pengamalan)	a. Penampilan b. Penerapan ajaran agama dalam kehidupan	1 2	Likert

Variabel	Indikator	Perkiraan Pernyataan per Indikator	Jumlah item	Skala
Persepsi Manfaat (X ₃)	Efektivitas	a. Mempermudah pembayaran	2	Likert
		b. Menghemat waktu	1	
		c. Menghemat tenaga	1	
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)	Berpikir Rasional	a. Berhati-hati terhadap risiko	2	Likert
		b. Penggunaan ulang	2	
	Bertanggung jawab	a. Kemampuan membayar tagihan	1	Likert
b. Ketepatan pembayaran	3			
Total			24	

F. Pengujian Instrumen Penelitian

Syarat agar kuesioner dapat menjadi alat ukur atau instrument penelitian yaitu harus bersifat valid dan reliabel, sehingga dibutuhkan uji validitas serta uji reliabilitas.³³

1. Uji Validitas

Menurut Machfoedz, validitas ialah ketepatan serta kecermatan instrumen penelitian sebagai alat ukur penelitian. Alat ukur dinyatakan valid jika sesuai dengan sesuatu yang diukur.³⁴ Validitas juga merupakan uji coba pertanyaan penelitian yang bertujuan untuk melihat pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diberikan oleh

³³ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 72.

³⁴ Ibid.

peneliti. Apabila hasil uji tidak valid maka terdapat kemungkinan responden tidak mengerti dengan pertanyaan penelitian yang diberikan.³⁵

Supaya mengetahui valid atau tidaknya kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y), pada penelitian ini dilakukan uji Pearson Product Moment melalui bantuan software SPSS 22, dengan rumus dasar:³⁶

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y

n = jumlah subjek

$\sum xy$ = jumlah perkalian antara antara skor x dan skor y

$\sum x$ = jumlah total skor x

$\sum y$ = jumlah total skor y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dari x

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dari y

Adapun dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan pada pengujian ini, yaitu:³⁷

³⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 31.

³⁶ Ibid., 32.

³⁷ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2021), 126–28.

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument penelitian dinyatakan **valid**.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian dinyatakan **tidak valid**.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Surucu, reliabilitas (keandalan) merupakan kestabilan alat ukur sehingga dapat dipergunakan secara konsisten meskipun di waktu berbeda.³⁸ Supaya mengetahui reliabel atau tidaknya kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y), maka dilakukan pengujian reliabilitas data menggunakan Cronbach Alpha melalui bantuan software SPSS 22, dengan rumus dasar:³⁹

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right) \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- r_{11} = nilai reliabilitas
 k = jumlah item
 $\sum Si$ = jumlah varian skor tiap item
 St = varian total

Dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan pada pengujian ini, yaitu apabila nilai **Cronbach's Alpha** > **0,60** maka instrument penelitian dikatakan **reliabel**, begitupula sebaliknya apabila

³⁸ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 77.

³⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 33.

nilai **Cronbach's Alpha** < **0,60** maka instrument penelitian dikatakan **tidak reliabel**.⁴⁰

G. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah langkah penelitian yang selanjutnya dilakukan sesudah seluruh data terkumpul dari responden maupun lainnya. Kegiatan dalam analisis data mencakup mengelompokkan, mentabulasi serta meyajikan data, lalu dilakukan perhitungan guna menyelesaikan rumusan masalah dan pengujian hipotesis.⁴¹

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda (*multiple regression*) harus memenuhi uji asumsi klasik supaya dianggap sebagai model analisis data yang baik. Uji asumsi klasik tersebut terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji asumsi klasik yang bertujuan guna menganalisis data terdistribusi secara normal atau tidak. Data akan disebut terdistribusi normal apabila nilai selisihnya (residual) dekat dengan rata-rata.⁴² Pada penelitian ini digunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁴³

$$D = \text{maksimum } |F_0(x) - S_N(x)| \dots\dots\dots (4)$$

⁴⁰ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2016), 79.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 206.

⁴² Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 70.

⁴³ Nuryadi et al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Bantul: SiBuku Media, 2017), 84.

Keterangan:

D	= deviasi (penyimpangan)
$F_0(x)$	= fungsi kumulatif teoritik (berdasarkan hipotesis)
$S_N(x)$	= distribusi frekuensi empirik (berdasarkan sampel)

Uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* mempunyai tiga pendekatan, yakni *Asymptotic Only*, *Monte Carlo*, dan *Exact*. Pendekatan *Exact* menggunakan ukuran sampel yang kecil, *asymptotic* terkadang memberikan hasil yang tidak seimbang, sedangkan *Monte Carlo* merupakan pendekatan yang dapat mengukur sampel data berukuran besar.⁴⁴ Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai hasil uji dengan $S_{ig} > 0,05$.⁴⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas ialah uji asumsi klasik dengan tujuan menganalisis terjadinya penyimpangan (bias) atau tidak dalam analisis regresi. Biasanya apabila terdapat bias, maka varian data menjadi tidak konsisten sehingga perkiraan model regresi yang akan dijalankan menjadi sulit.⁴⁶ Pada penelitian ini digunakan teknik

⁴⁴ Mehta Cyrus R and Patel Nitin R, *IBM SPSS Exact Test Book*, 2013, 25.

⁴⁵ I Wayan Widana and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 18.

⁴⁶ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 89.

Glejser melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁴⁷

$$|e_i| = \beta_1 X_i + V_t \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

- e_i = nilai mutlak residual
- β = probabilitas kesalahan
- X_i = variabel penjelas
- V_t = unsur gangguan

Dimana data dapat dinyatakan bebas dari gejala heterokedastisitas jika nilai $S_{ig} > 0,05$.⁴⁸

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ialah uji asumsi klasik dengan tujuan menganalisis adanya korelasi atau tidak antara kesalahan residual (pengganggu) pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Pada penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁴⁹

$$DW = \frac{\sum(e - e_{t-1})^2}{\sum e_1^2} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

- DW = Nilai tes Durbin-Watson

⁴⁷Agus Tri Basuki, *Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan E-Views)* (Yogyakarta: Danisa Media, 2016), 62.

⁴⁸ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis.*, 81.

⁴⁹Widarto Rachbini, Agus Herta Sumarto, and Tiolina Evi, *Statistika Terapan: Pengolahan Data Time Series Menggunakan Eviews* (Serang: CV. AA. Rizky, 2021), 73.

e = nilai residual

e_{t-1} = nilai residual satu periode sebelumnya

Kriteria data dapat dinyatakan bebas dari permasalahan autokorelasi, yaitu:⁵⁰

- 1) Apabila $D_U < D_W < 4-D_U$ artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Apabila $D_W < D_L$ atau $D_W > 4-D_L$ artinya terjadi autokorelasi.
- 3) Apabila $D_L < D_W < D_U$ atau $4-D_U < D_W < 4-D_L$ artinya tidak ada kesimpulan yang pasti.

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah uji asumsi klasik dengan tujuan menganalisis ada atau tidaknya unsur-unsur yang sama antar variabel bebas yang diuji. Semestinya antara variabel-variabel bebas tersebut tidak boleh terdapat indikator (dimensi) yang sama, karena akan menyebabkan koefisien regresi menjadi bias dan tidak memiliki makna.⁵¹ Pada penelitian ini, penentuan uji multikolinieritas menggunakan nilai Tolerance serta VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁵²

$$\boxed{\text{TOL} = 1 - r^2} \dots\dots\dots (7)$$

$$\boxed{\text{VIF} = \frac{1}{\text{TOL}}} \dots\dots\dots (8)$$

⁵⁰ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2016), 159.

⁵¹ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis.*, 55.

⁵² Priyono, *Analisis Regresi dan Korelasi untuk Penelitian Survei (Panduan Praktis Olah Data dan Interpretasi)* (Bogor: Guepedia, 2021), 108.

Keterangan:

TOL = nilai tolerance

r = nilai korelasi antar variabel bebas

VIF = nilai *variance inflation factor*

Dimana data dapat dinyatakan bebas multikolinieritas apabila nilai **Tolerance** > **0,10** dan atau nilai **VIF** < **10**.⁵³

e. Uji Linearitas

Uji linearitas ialah uji asumsi klasik dengan tujuan menganalisis ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel yang diuji. Konsep dari pengujian ini ialah apakah dalam hubungan tertentu, variabel-variabel bebas yang ada mampu digunakan untuk memprediksi variabel terikat. Sehingga uji analisis ini digunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat berada dalam satu garis lurus atau tidak.⁵⁴ Pada penelitian ini, penentuan uji linieritas menggunakan *Test for Linearity* dan dilihat nilai *Sig. Linearity* melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁵⁵

$$\begin{array}{l} Y_{\text{prediksi}} = a + bx \\ Y_{\text{aktual}} = a + bx + e \end{array} \dots\dots\dots (9)$$

⁵³ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis.*, 61–62.

⁵⁴ *Ibid.*, 47.

⁵⁵ Rifkhan, *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner* (Indramayu: Adab, 2023), 91.

Keterangan:

- Y = nilai variabel terikat
 a = nilai *alpha* konstant
 b = nilai *beta*
 e = nilai *error*

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang dapat digunakan pada pengujian ini, yaitu:⁵⁶

- 1) Apabila nilai *sig. linearity* < **0,05** maka dinyatakan terdapat hubungan linear antar variabel.
- 2) Apabila nilai *sig. linearity* > **0,05** maka dinyatakan tidak terdapat hubungan linear antar variabel.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah analisis statistik yang diperlukan guna menguji hubungan pengaruh antara dua ataupun lebih variabel bebas (bebas) terhadap satu variabel terikat (terikat).⁵⁷ Uji regresi linier pada penelitian ini akan dibantu dengan software SPSS 22. Hasil pengujian tersebut kemudian dimasukkan ke dalam rumus persamaan regresi linier berganda, yaitu:⁵⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \dots\dots\dots (10)$$

⁵⁶ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 94.

⁵⁷ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 62.

⁵⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 52.

Keterangan:

Y = variabel terikat

X₁, X₂ = variabel bebas

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi variabel bebas

Pada penelitian ini variabel bebas terdiri dari Literasi Keuangan Syariah (X₁), Religiusitas (X₂), dan Persepsi Manfaat (X₃) sedangkan variabel terikatnya yaitu Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan teknik guna menguji dan menganalisis dugaan sementara (hipotesis). Biasanya hipotesis diuji secara satu-persatu (parsial) dan keseluruhan (simultan).⁵⁹

a. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji parsial ialah metode menguji koefisien regresi guna menganalisis pengaruh (signifikansi) secara terpisah atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶⁰ Pada penelitian ini uji parsial atau uji t melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁶¹

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots (11)$$

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid., 53–54.

⁶¹ Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: Tarsito Bandung, 2005), 380.

Keterangan:

t_{hitung} = nilai uji parsial

r = koefisien korelasi sederhana

n = jumlah data

Ada dua jenis uji t yang dapat menjadi dasar pada pengujian ini, yaitu:⁶²

1) Uji signifikansi menggunakan $\alpha = 0,05$

Jika **Sig t $\leq 0,05$** maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima**, begitupula sebaliknya jika **Sig t $> 0,05$** maka **H₀ diterima** sedangkan **H_a ditolak**.

2) t_{hitung} berbanding dengan t_{tabel}

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima**, begitupula sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka **H₀ diterima** sedangkan **H_a ditolak**.

b. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan ialah metode menguji koefisien regresi guna menganalisis pengaruh (signifikansi) variabel-variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.⁶³ Pada penelitian ini uji simultan atau uji F melalui bantuan software SPSS 22, dengan persamaan dasar:⁶⁴

⁶² Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 64.

⁶³ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 53.

⁶⁴ Rahmi Ramadhani and Nuraini Sri Bina, *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Kencana, 2021), 292.

$$\mathbf{F} = \frac{\mathbf{R}^2 / (\mathbf{n} - 1)}{(\mathbf{1} - \mathbf{R}^2) / (\mathbf{n} - \mathbf{k})} \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

- F = nilai uji simultan
 R² = koefisien determinasi
 n = jumlah data
 k = jumlah variabel bebas

Ada dua jenis uji F yang dapat menjadi dasar pada pengujian ini, yaitu:⁶⁵

- 1) Uji signifikansi menggunakan $\alpha = 0,05$

Jika **Sig F $\leq 0,05$** maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima** begitupula sebaliknya jika **Sig F $> 0,05$** maka **H₀ diterima** sedangkan **H_a ditolak**.

- 2) F_{hitung} berbanding dengan F_{tabel}

Jika **F_{hitung} $> F_{tabel}$** maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima** begitupula sebaliknya jika **f_{hitung} $< f_{tabel}$** maka **H₀ diterima** sedangkan **H_a ditolak**.

- c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi atau R² merupakan pengujian guna mengetahui besar persentase sumbangan (*contribution*) variabel bebas (X) terhadap naik-turunnya (variasi) variabel Y pada sebuah

⁶⁵ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 64–65.

persamaan regresi. Jika menggunakan dua variable bebas, maka dilihat nilai *R Square*. Namun, jika terdapat lebih dari dua variabel bebas maka lebih baik dilihat nilai *Adjusted R Square*.⁶⁶ Adapun untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya atau nilai R. Berikut merupakan kategori dari tingkat kekuatan koefisien korelasi, yaitu:⁶⁷

Tabel 3.3
Interpretasi Tingkat Kekuatan Koefisien Korelasi

No	Nilai Koefisien Korelasi	Kategori Kekuatan Korelasi
1.	0,00 sampai 0,20	Sangat Lemah
2.	0,21 sampai 0,40	Lemah
3.	0,41 sampai 0,70	Sedang
4.	0,71 sampai 0,90	Kuat
5.	0,91 sampai 0,99	Sangat Kuat
6.	± 1 (plus atau minus)	Sempurna

⁶⁶ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Banyumas: Pena Persada, 2021), 93.

⁶⁷ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*, 37.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat dan Karakteristik Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro

Pada tahun 1998, muncul gagasan oleh Prof. Bahri Ghozali (Ketua STAIN Metro periode 1998-2002) untuk melahirkan sarjana Ekonomi Perbankan Islam melalui pembukaan Program Studi Ekonomi Perbankan Islam (EBI). Gagasan ini lalu menjadi cikal bakal perkembangan program studi ekonomi Islam diseluruh Perguruan Tinggi Agama di Indonesia. Meskipun saat itu menjadi polemik bagi banyak kalangan, namun menjadi catatan sejarah bahwa Ekonomi Islam dimulai dari STAIN Jurai Siwo Metro.¹

Pada tahun 2016, STAIN Jurai Siwo Metro mengalami perubahan status menjadi IAIN Metro. Hal ini kemudian mendorong terbentuknya fakultas-fakultas yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan. Akhirnya pada 2017 berdirilah FEBI yang saat ini memiliki 4 Prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Haji dan Umroh serta Akuntansi Syariah.² Populasi penelitian ini berfokus pada Mahasiswa dari Prodi Ekonomi Syariah

¹ Muhammad Makhrus Saadon and Muhamad Irpan Nurhab, *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN METRO* (Metro, 2019), 3.

² *Ibid.*, 8.

FEBI IAIN Metro. Berikut merupakan karakteristik Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro, yaitu:

a. Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah (ESy) FEBI IAIN Metro

Berdasarkan data pada Sistem Informasi Akademik (SISMIK) IAIN Metro terdapat 843 Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang berstatus sebagai mahasiswa aktif.³ Adapun mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini berjumlah 741 orang. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 dengan rincian sebagai berikut:⁴

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Metro

No	Angkatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	2020	41	131	172
2.	2021	59	137	196
3.	2022	76	143	219
4.	2023	56	98	154
Total		232	509	741

(Sumber: Dokumentasi data.metrouniv.ac.id)

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 741 mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, dimana pada masing-masing angkatan terbagi ke dalam beberapa kelas. Adapun

³ “Sistem Informasi Akademik (SISMIK) IAIN METRO”, <https://sismik.metrouniv.ac.id/>., diakses pada 30 Maret 2024.

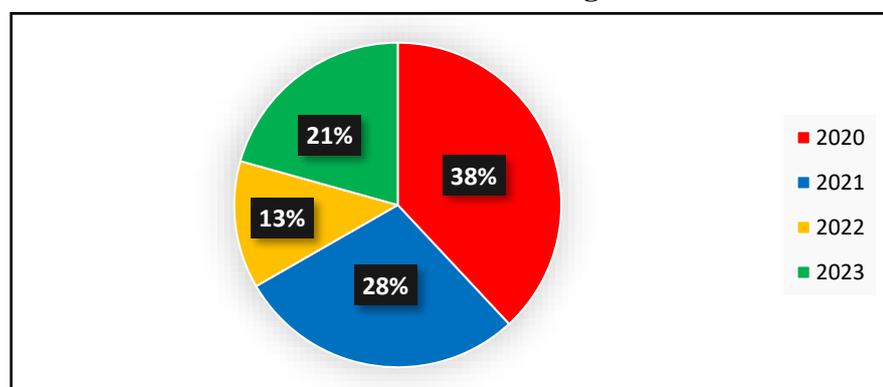
⁴ “Mahasiswa Aktif”, <https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa-aktif.php>., diakses pada 30 Maret 2024.

angkatan 2020 terbagi dalam lima kelas, yakni kelas A hingga E. Sedangkan untuk Angkatan 2021 dan 2022 masing-masing terbagi kedalam enam kelas yakni, kelas A hingga F. Serta angkatan 2023 yang juga terbagi ke dalam lima kelas yakni, kelas A hingga E.

b. Karakteristik Responden Mahasiswa Esy FEBI IAIN Metro

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, terdapat 63 orang mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro yang menggunakan *Shopee PayLater*. Adapun keseluruhan mahasiswa tersebut menjadi responden pada penelitian ini. Kuesioner pada penelitian ini dibagikan dengan dua cara yaitu secara *online* melalui *googleform* dan secara *offline* melalui angket yang diberikan langsung kepada responden. Melalui hasil penyebaran kuesioner, dapat diketahui persentase mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* berdasarkan tahun angkatannya, yaitu:

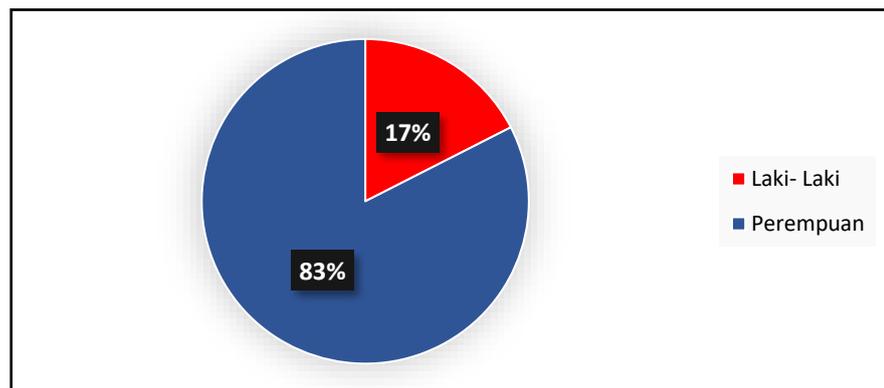
Gambar 4.1
Persentase Mahasiswa Pengguna *Shopee PayLater*
Berdasarkan Tahun Angkatan



(Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian, 2024)

Berdasarkan gambar 4.1, dapat diketahui bahwa pengguna *Shopee PayLater* didominasi oleh mahasiswa ESy Angkatan 2020 yakni sebanyak 24 orang (38%) responden. Selain itu sebanyak 18 orang (28%) responden merupakan mahasiswa ESy angkatan 2021. Sedangkan 8 orang (13%) responden merupakan mahasiswa ESy angkatan 2022 dan 13 orang (21%) lainnya merupakan mahasiswa ESy angkatan 2023. Adapun persentase mahasiswa yang menggunakan *Shopee PayLater*, dilihat dari jenis kelaminnya yaitu:

Gambar 4.2
Persentase Mahasiswa Pengguna *Shopee PayLater*
Berdasarkan Jenis Kelamin



(Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian, 2024)

Berdasarkan gambar 4.2, dapat diketahui bahwa pengguna *Shopee PayLater* didominasi oleh mahasiswa ESy yang berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 52 orang (83%) responden. Sedangkan sebanyak 11 orang (17%) responden merupakan mahasiswa ESy yang berjenis kelamin laki-laki.

2. Hasil Uji Pra-Syarat Analisis Data

Alat ukur atau instrument yang digunakan dalam penelitian harus memenuhi syarat yakni, bersifat valid dan reliabel. Maka dari itu, dibutuhkan uji pra-syarat analisis data yang mencakup uji validitas serta uji reliabilitas.⁵ Adapun dalam pengujian ini digunakan data dari sebagian sampel dengan jumlah 35 orang responden. Berikut merupakan hasil dari uji pra-syarat analisis data pada penelitian ini, yaitu:

a. Uji Validitas (n = 35)

Supaya mengetahui valid atau tidaknya kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y), pada penelitian ini dilakukan uji Pearson Product Moment. Tingkat signifikansi (α) yang digunakan yakni 5% (0,05) dan data berasal dari 35 orang responden, maka didapatkan nilai r-tabel sebesar 0,3338. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini ialah, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument penelitian dinyatakan **valid**, begitupula sebaliknya.⁶ Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

⁵ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 72.

⁶ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2021), 126–28.

Tabel 4.2
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Data

Variabel		Hasil Nilai Pearson (r-hitung)	Nilai r-tabel (5%)	Kesimpulan
Literasi Keuangan Syariah (X ₁)	X _{1.1}	0,742	0,3338	Valid
	X _{1.2}	0,568	0,3338	Valid
	X _{1.3}	0,649	0,3338	Valid
	X _{1.4}	0,708	0,3338	Valid
	X _{1.5}	0,690	0,3338	Valid
Religiusitas (X ₂)	X _{2.1}	0,559	0,3338	Valid
	X _{2.2}	0,530	0,3338	Valid
	X _{2.3}	0,690	0,3338	Valid
	X _{2.4}	0,781	0,3338	Valid
	X _{2.5}	0,791	0,3338	Valid
	X _{2.6}	0,852	0,3338	Valid
	X _{2.7}	0,818	0,3338	Valid
Persepsi Manfaat (X ₃)	X _{3.1}	0,827	0,3338	Valid
	X _{3.2}	0,828	0,3338	Valid
	X _{3.3}	0,870	0,3338	Valid
	X _{3.4}	0,793	0,3338	Valid
Penggunaan <i>Shopee</i> <i>PayLater</i> (Y)	Y.1	0,573	0,3338	Valid
	Y.2	0,650	0,3338	Valid
	Y.3	0,710	0,3338	Valid
	Y.4	0,477	0,3338	Valid
	Y.5	0,686	0,3338	Valid
	Y.6	0,810	0,3338	Valid
	Y.7	0,632	0,3338	Valid
	Y.8	0,618	0,3338	Valid

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁), Religiusitas (X₂), Persepsi Manfaat (X₃) dan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel. Maka dari itu

seluruh item pernyataan kuesioner pada penelitian ini dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas (n = 35)

Setelah dilakukan uji validitas pada item kuesioner penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y), maka dilakukan pengujian reliabilitas data menggunakan Cronbach Alpha. Dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan pada pengujian ini, yaitu apabila nilai **Cronbach's Alpha** > **0,60** maka instrument penelitian dinyatakan **reliabel**.⁷ Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	N of items	Kesimpulan
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	0,659	5	Reliabel
Religiusitas (X_2)	0,849	7	Reliabel
Persepsi Manfaat (X_3)	0,842	4	Reliabel
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)	0,788	8	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa 24 item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dibandingkan dengan nilai

⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group 2016), 79.

koefisiennya. Adapun nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel lebih besar daripada 0,60. Maka dari itu, seluruh item pernyataan kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dapat dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi linier berganda, maka harus dilakukan uji asumsi klasik supaya dapat dianggap sebagai model analisis data yang baik. Adapun dalam pengujian ini digunakan data dari keseluruhan sampel yang berjumlah 63 orang responden. Berikut merupakan hasil dari uji asumsi klasik pada penelitian ini, yaitu:

a. Uji Normalitas

Supaya mengetahui terdistribusi normal atau tidaknya data pada penelitian ini, maka dilakukan uji normalitas melalui uji Kolmogorov-Smirnov. Adapun data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai hasil uji dengan $Sig > 0,05$.⁸ Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

⁸ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 18.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Literasi Keuangan Syariah	Religiusitas	Persepsi Manfaat	Penggunaan <i>Shopee</i> <i>PayLater</i>
N		63	63	63	63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.94	28.13	14.90	31.06
	Std. Deviation	2.213	3.045	2.474	4.091
	Most Extreme Differences				
	Absolute	.146	.152	.139	.109
	Positive	.109	.152	.139	.109
	Negative	-.146	-.121	-.103	-.069
Test Statistic		.146	.152	.139	.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c	.001 ^c	.004 ^c	.059 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.125	.100	.162	.409
Point Probability		.000	.000	.000	.000
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.					

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa hasil pengujian normalitas mempunyai nilai *Exact Sig.* > 0,05. *Exact Sig.* atau *Exact P-values* merupakan pendekatan uji normalitas data yang direkomendasikan pada buku panduan SPSS. Ketika data tergolong kecil, maka akan lebih akurat dengan menggunakan *Exact P-values*.⁹ Maka dari itu, data kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap

⁹ Cyrus R and Nitin R, *IBM SPSS Exact Test Book*, 25.

Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dapat dinyatakan berdistribusi secara normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Supaya mengetahui terjadi penyimpangan (bias) atau tidaknya data pada penelitian ini, maka dilakukan uji heterokedastisitas melalui teknik Glejser. Adapun data dapat dinyatakan bebas dari gejala heterokedastisitas jika nilai $Sig > 0,05$.¹⁰ Berdasarkan uji heterokedastisitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser)

Model		Coefficient ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	3.449	2.701		1.227	.207
	Literasi Keuangan Syariah (X1)	-.157	.154	-.173	-1.021	.311
	Religiusitas (X2)	.162	.117	.247	1.388	.170
	Persepsi Manfaat (X3)	-.167	.111	-.207	-1.510	.136

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa hasil pengujian heterokedastisitas pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,311. Adapun nilai signifikansi dari variabel Religiusitas (X₂) sebesar 0,170 dan

¹⁰ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis.*, 81.

variabel Persepsi Manfaat (X_3) sebesar 0,136. Hal ini berarti, masing-masing variabel bebas tersebut memiliki nilai $S_{ig} > 0,05$. Maka dari itu, data kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dapat dinyatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas atau bebas dari penyimpangan.

c. Uji Autokorelasi

Supaya mengetahui adanya korelasi atau tidak antara kesalahan residual (pengganggu) dengan data periode sebelumnya, maka pada penelitian ini dilakukan uji autokorelasi melalui uji Durbin-Watson. Adapun jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 63 orang mahasiswa dan menggunakan tiga variabel bebas. Berdasarkan tabel Durbin-Watson dengan taraf signifikansi 5% (0,05), maka diperoleh nilai D_U sebesar 1,6932 dan nilai $4-D_U$ sebesar 2,3068. Adapun data dapat dinyatakan bebas dari permasalahan autokorelasi apabila memenuhi kriteria nilai $D_U < D < 4-D_U$.¹¹ Berdasarkan uji autokorelasi yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

¹¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.*, 159.

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.676 ^a	.457	.429	3.091	1.743
a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas b. Dependent Variable: Penggunaan <i>Shopee PayLater</i>					

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa hasil uji autokorelasi Durbin-Watson mempunyai nilai sebesar 1,743. Adapun dapat diinterpretasikan dengan $1,6932 < 1,743 < 2,3068$ sehingga nilai $D_U < D_w < 4-D_U$. Maka dari itu, data kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dapat dinyatakan bebas dari gejala autokorelasi.

d. Uji Multikolinieritas

Supaya mengetahui ada atau tidaknya unsur-unsur yang sama antar variabel bebas yang diuji, maka pada penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas dilihat dari nilai Tolerance serta VIF (*Variance Inflation Factor*). Adapun data dapat dinyatakan bebas multikolinieritas apabila nilai **Tolerance** $> 0,10$ dan atau nilai **VIF** < 10 .¹² Berdasarkan uji multikolinieritas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

¹² I Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis.*, 61–62.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas Data

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan Syariah (X1)	.556	1.799
	Religiusitas (X2)	.508	1.970
	Persepsi Manfaat (X3)	.855	1.169

a. Dependent Variable: Penggunaan *Shopee PayLater*

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa hasil pengujian multikolinearitas pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X₁) mempunyai nilai tolerance sebesar 0,556 dan nilai VIF sebesar 1,799. Adapun nilai tolerance variabel Religiusitas (X₂) sebesar 0,508 dan nilai VIF sebesar 1,970. Sedangkan variabel Persepsi Manfaat (X₃) memiliki nilai tolerance sebesar 0,855 dan nilai VIF sebesar 1,169. Hal ini berarti, masing-masing variabel bebas tersebut memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dari itu, data kuesioner Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X₁), Religiusitas (X₂), dan Persepsi Manfaat (X₃) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak ada unsur-unsur yang sama antar variabel bebas yang diuji.

e. Uji Linearitas

Supaya mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel yang diuji, maka pada penelitian ini dilakukan uji linearitas

melalui *Test for Linearity* dan dilihat nilai *Sig. Linearity*. Adapun data dapat dinyatakan terdapat hubungan linier apabila nilai *sig. linearity* < 0,05.¹³ Berdasarkan uji linearitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Linearitas Data

Variabel	Nilai Sig. Linearity	Kesimpulan
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)*Literasi Keuangan Syariah (X ₁)	0,000	Linear
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)*Religiusitas (X ₂)	0,000	Linear
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)*Persepsi Manfaat (X ₃)	0,000	Linear

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai *sig. Linearity* masing-masing hubungan variabel bernilai 0,000. Adapun nilai *sig. Linearity* pada masing-masing variabel lebih kecil daripada 0,05. Maka dari itu, seluruh variabel bebas yakni Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X₁), Religiusitas (X₂), dan Persepsi Manfaat (X₃) dapat dinyatakan memiliki hubungan yang linear terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y).

4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini dilakukan uji regresi linier berganda untuk menguji hubungan pengaruh antara dua ataupun lebih variabel bebas

¹³ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.*, 94.

(bebas) terhadap satu variabel terikat (terikat).¹⁴ Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan sebab akibat antara ketiga variabel bebas yakni Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) dan meneliti seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel terikat yakni Penggunaan *Shopee PayLater* (Y). Hasil pengujian tersebut kemudian dimasukkan ke dalam rumus persamaan regresi linier berganda, yaitu:¹⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad \dots\dots\dots (13)$$

Adapun dalam pengujian ini digunakan data dari keseluruhan sampel yang berjumlah 63 orang responden. Berdasarkan uji regresi linier berganda yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficient ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	4.580	4.179		1.096	.278
	Literasi Keuangan Syariah (X1)	.501	.238	.271	2.107	.039
	Religiusitas (X2)	.155	.181	.116	.858	.394
	Persepsi Manfaat (X3)	.780	.172	.471	4.545	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan *Shopee PayLater*

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

¹⁴ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 62.

¹⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian Bantul: KBM Indonesia*, 2021), 52.

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui dari kolom nilai B (koefisien arah regresi) bahwa hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan memiliki persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,580 + 0,501X_1 + 0,155X_2 + 0,780X_3 \dots\dots\dots (14)$$

(0,039)* (0,394)* (0,000)*

Keterangan:

Sig = 5% (0,05)

*nilai hasil signifikansi.

Adapun persamaan dari hasil analisis di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yang diperoleh ialah sebesar 4,580. Sehingga dapat diartikan apabila variabel bebas yaitu Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), Persepsi Manfaat (X_3) bernilai nol (konstan) maka variabel terikat yaitu Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) bernilai 4,580.
- b. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) memiliki koefisien regresi bernilai positif(+) sebesar 0,501. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan 1 nilai variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1), maka variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) juga meningkat 0,501 atau 50,1% dan begitupun sebaliknya. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan atas literasi keuangan syariah maka mahasiswa akan semakin bijak terhadap pengambilan keputusan keuangan dalam penggunaan *Shopee PayLater*.

- c. Variabel Religiusitas (X_2) memiliki koefisien regresi bernilai positif(+) sebesar 0,155. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan 1 nilai variabel Religiusitas (X_2), maka variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) juga meningkat 0,155 atau 15,5% dan begitupun sebaliknya. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan atas religiusitas maka mahasiswa akan semakin selektif dan mempertimbangkan segala konsekuensi dalam keputusan menggunakan *Shopee PayLater*.
- d. Variabel Persepsi Manfaat (X_3) memiliki koefisien regresi bernilai positif(+) sebesar 0,780. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan 1 nilai variabel Persepsi Manfaat (X_3), maka variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) juga meningkat 0,780 atau 78% dan begitupun sebaliknya. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan atas persepsi manfaat maka mahasiswa akan semakin sering berkeputusan untuk menggunakan *Shopee PayLater*.

5. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menganalisis dugaan sementara (hipotesis) yang telah dirumuskan sebelumnya. Terdapat dua jenis uji hipotesis, yaitu diuji secara satu-persatu (parsial) dan keseluruhan (simultan).¹⁶ Adapun dalam pengujian ini digunakan data dari

¹⁶ Ibid., 52.

keseluruhan sampel yang berjumlah 63 orang responden. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Uji t (Pengaruh secara Parsial)

Pada penelitian ini dilakukan uji t guna menganalisis pengaruh (signifikansi) secara terpisah atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁷ Tingkat taraf *alpha* (α) yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Adapun dengan jumlah sampel yakni 63 orang dan taraf signifikansi 5% (0,05), maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,001. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini ialah, jika **Sig t \leq 0,05** serta **t_{hitung} > t_{tabel}** maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima**, begitupula sebaliknya.¹⁸ Berdasarkan uji t (parsial) yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.9 dibagian kolom nilai *Sig.* dan nilai t hitung.

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial pada penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Sig.* variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) sebesar 0,039 < 0,05 adapun t_{hitung} > t_{tabel} yaitu sebesar 2,107 > 2,001 dengan nilai koefisien positif (+). Hasil analisis menyatakan H₀ ditolak sedangkan H_a diterima, yakni secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada

¹⁷ Ibid., 53–54.

¹⁸ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 64.

Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Jadi semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa, maka semakin bijak dan berhati-hati juga dalam memutuskan penggunaan *Shopee PayLater*.

- 2) Nilai *Sig.* variabel Religiusitas (X_2) sebesar $0,394 > 0,05$ adapun $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,858 < 2,001$. Hasil analisis menyatakan H_0 diterima sedangkan H_a ditolak, yakni secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan variabel Religiusitas (X_2) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Jadi tinggi atau rendahnya religiusitas yang dimiliki mahasiswa tidak berpengaruh terhadap keputusannya dalam menggunakan *Shopee PayLater*.
- 3) Nilai *Sig.* variabel Persepsi Manfaat (X_3) sebesar $0,000 < 0,05$ adapun $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,545 > 2,001$ dengan nilai koefisien positif (+). Hasil analisis menyatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, yakni secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Jadi semakin tinggi tingkat persepsi manfaat mahasiswa terhadap *Shopee PayLater* maka semakin tinggi juga tingkat keputusan penggunaannya.

b. Uji F (Pengaruh secara Simultan)

Pada penelitian ini dilakukan uji F guna menganalisis pengaruh (signifikansi) variabel-variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.¹⁹ Tingkat taraf signifikansi alpha (α) yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Adapun dengan jumlah sampel yakni 63 orang dan terdapat empat variabel yang diuji maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,76. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini ialah, jika **Sig F \leq 0,05** serta **F_{hitung} > F_{tabel}** maka **H₀ ditolak** sedangkan **H_a diterima**, begitupula sebaliknya.²⁰ Berdasarkan uji F (simultan) yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474.202	3	158.067	16.549	.000 ^b
	Residual	563.544	59	9.552		
	Total	1037.746	62			

a. Dependent Variable: Penggunaan *Shopee PayLater*
b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.10, hasil uji F atau uji hipotesis secara simultan pada penelitian ini diperoleh nilai *Sig. F* sebesar $0,000 < 0,05$ adapun $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $16,549 > 2,76$. Hasil analisis

¹⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 53.

²⁰ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS.*, 64–65.

menyatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, yakni terdapat pengaruh yang simultan Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar persentase sumbangan (*contribution*) dari variabel bebas (X) terhadap variabel Y . Adapun terdapat tiga variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, maka yang dilihat ialah nilai *Adjusted R Square*.²¹ Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.429	3.091
<p>a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas</p> <p>b. Dependent Variable: Penggunaan <i>Shopee PayLater</i></p>				

(Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi yang dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,429. Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan Literasi

²¹ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*, 93.

Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) mempengaruhi keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebesar 42,9%. Sedangkan 57,1% keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini. Adapun nilai koefisien korelasi dari pengujian ini sebesar 0,676 yang berarti memiliki tingkat kekuatan koefisien sedang.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji-t) dalam penelitian ini menyatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Sehingga secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.9 yang menunjukkan nilai *Sig.* variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) sebesar $0,039 < 0,05$ adapun $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,107 > 2,001$.

Menurut Rahim dalam Heriyati, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam.²² Adapun larangan terhadap adanya *riba* (bunga)

²² Heriyati Chrisna et al., *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan UMKM* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023), 21.

dalam kegiatan transaksi merupakan salah satu prinsip dari keuangan syariah.²³ Melalui literasi keuangan syariah, diharapkan seorang muslim berhati-hati serta dapat mengelola keuangannya dengan baik supaya terhindar dari segala kemungkinan yang dapat merugikan diri sendiri ataupun orang lain.

Teori tersebut didukung dengan hasil penelitian oleh Nujmatul Laily yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan seseorang. Dimana semakin tinggi pengetahuan serta kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan maka akan semakin bijak dalam pengambilan keputusan keuangan.²⁴ Selain itu, sejalan juga dengan hasil penelitian Nayla Sandra Aulia et al., yang menyatakan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap ilmu keuangan syariah, maka semakin tinggi juga kemungkinannya untuk memiliki perilaku keuangan yang baik.²⁵

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat diketahui literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini berarti semakin tinggi literasi keuangan syariah mahasiswa, maka semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakan *Shopee PayLater*. Adapun berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh

²³ M. Anwar et al., *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah* (Batam: Cendekia Mulia Mandiri, 2023), 31.

²⁴ Nujmatul Laily, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan," *Journal of Accounting and Business Education* 1, No.4/ 06 September 2016, 15.

²⁵ Nayla Sandra Aulia, Nafisah Ruhana, and Noorsyah Adi Noer Ridha, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung (Studi Pada Mahasiswa Keuangan Syariah Politeknik Negeri Bandung)," *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 3, no. 3 (June 30, 2023): 661, doi:10.35313/jaief.v3i3.5500.

Stefani Marina Palimbong et al., menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dapat membantu dalam menyesuaikan kondisi keuangan yang dimiliki ketika menggunakan *Shopee PayLater*, sehingga tidak mengakibatkan kerugian.²⁶ Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Angel Chandra Septin et al., yang menyatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman atas literasi keuangan syariah maka semakin kecil juga minat mahasiswa dalam menggunakan produk *PayLater* non syariah.²⁷

Saat ini, masih sedikit sekali penelitian terdahulu yang menganalisis tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan *Shopee PayLater*. Adapun penelitian-penelitian terdahulu lebih berfokus terhadap minat dalam penggunaan *Shopee PayLater* dan hukum penggunaannya dalam syariah Islam. Sehingga hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa indikator dari literasi keuangan syariah yakni pengetahuan dan keterampilan memiliki pengaruh yang negatif terhadap keputusan penggunaan *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner sebagian besar mahasiswa telah mengetahui bahwa transaksi yang dikenakan biaya tambahan (bunga), maka tidak sesuai dengan prinsip syariah. Meskipun masih

²⁶ Stefani Marina Palimbong et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja," *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 1, No.3/ 2023, 16.

²⁷ Angel Chandra Septin, Zainul Abdul Haris, and Retno Widiastuti, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk PayLater Non Syariah," *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Humaniora* 10, no. 01 (January 2023): 32.

menggunakan layanan *Shopee PayLater*, namun rata-rata mahasiswa mengaku jika penggunaan layanan tersebut berdasarkan kepada kebutuhan. Hal ini sejalan dengan hasil analisis dari Clarisa Khotimatul F et al., yang menyatakan bahwa meskipun mahasiswa mempunyai tingkat literasi keuangan syariah yang baik, akan tetapi tetap menggunakan *PayLater* sebagai alternatif pembayaran. Salah satu penyebabnya yaitu karena mahasiswa memiliki kebutuhan dan keinginan yang tinggi, namun kekurangan dalam finansialnya.²⁸

Oleh karena itu, mahasiswa berusaha berhati-hati dalam penggunaan layanan tersebut agar tidak menyebabkan kerugian. Adapun hal-hal tersebut terlihat dari jawaban kuesioner yaitu 94% (59 orang) mahasiswa selalu mempertimbangkan kemampuannya untuk membayar tagihan sebelum menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Selain itu, 83% (52 orang) mahasiswa selalu membandingkan besaran bunga dan berusaha memilih pembayaran dengan bunga terendah. Sejumlah 67% (42 orang) mahasiswa juga berusaha untuk tidak menambah tagihan ketika cicilan sebelumnya belum lunas. Namun hanya 30% (19 orang) mahasiswa yang mampu menahan diri untuk tidak terlalu sering menggunakan *Shopee PayLater*. Sedangkan 43% (27 orang) menjawab netral dan 27% (17 orang) sisanya sering menggunakan fitur tersebut.

²⁸ Clarisa Khotimatul Fitriyah and Rizky Nur Ayuningtyas Putri, "Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z dengan Variabel Mediasi Penggunaan PayLater," *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 4 (2024): 7112.

2. Pengaruh Religiusitas (X₂) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji-t) dalam penelitian ini menyatakan H₀ diterima sedangkan H_a ditolak. Sehingga secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel Religiusitas (X₂) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.9 yang menunjukkan nilai *Sig.* variabel Religiusitas (X₂) sebesar $0,394 > 0,05$ adapun $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,858 < 2,001$.

Menurut Glock dan Stark dalam Suryadi, religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman menyeluruh yang dimiliki seseorang atas agama yang dipeluknya.²⁹ Menurut Souiden dan Rani, tingkat religiusitas seseorang akan berpengaruh pada perilaku konsumsinya. Oleh karena itu, jika seseorang kurang atau tidak religius maka faktor agama tidak akan menjadi pertimbangan atau berpengaruh sangat lemah terhadap keputusan konsumsinya.³⁰ Keimanan dipercaya dapat memberikan dorongan moral dalam penggunaan dan pemanfaatan harta agar lebih efektif.³¹

Teori tersebut didukung dengan hasil penelitian oleh Bessek Jamalia, yang menyatakan bahwa responden dalam penelitiannya

²⁹ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), 11.

³⁰ Soengeng Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas dan Kualitas Layanan* (Indramayu: Penerbit Adab, 2022), 37.

³¹ Mayasurru Lasiyama, *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 91.

berpegang teguh pada agama atau religiusitas sehingga memberikan pengaruh terhadap keputusannya dalam memilih dan membeli produk halal.³² Hasil penelitian yang dilakukan Wiwin Siti Patimah et al., juga menunjukkan bahwa religiusitas mampu mendorong seseorang untuk berhati-hati dalam keputusan untuk berhutang.³³ Adapun hasil penelitian terdahulu oleh Selvi Rahmani et al., menunjukkan bahwa religiusitas mampu digunakan dalam keputusan penggunaan *Shopee PayLater* supaya terhindar dari hal-hal yang berlawanan dengan syariat Islam.³⁴ Meskipun objek penelitian tersebut berbeda-beda, namun hasil penelitiannya mampu membuktikan bahwa religiusitas memiliki pengaruh perilaku dalam konsumsi maupun pemanfaatan harta.

Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah berhasil membuktikan teori yang ada, namun berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat diketahui bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini menunjukkan baik tinggi atau rendahnya religiusitas yang dimiliki mahasiswa tidak berpengaruh terhadap keputusannya dalam menggunakan *Shopee PayLater*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ahmad Nurrokhim yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap

³² Bessek Jamalia, "Pengaruh Religiusitas, Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal," *Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2023): 4.

³³ Wiwin Siti Patimah, Nila Nopianti, and Eris Munandar, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Perilaku Berhutang Masyarakat," *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 598.

³⁴ Selvi Rahmani et al, "Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 6, No.1/ 2023, 41.

keputusan pembelian.³⁵ Adapun didukung juga dengan hasil penelitian Sri Kartika Dewi et.al, yakni tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee PayLater*.³⁶

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa hasil penelitian terdahulu terdapat hasil yang saling bertentangan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbedanya karakteristik responden yang digunakan pada masing-masing penelitian. Menurut Angga dalam bukunya menyatakan bahwa tingkat religiusitas seseorang sukar untuk dinilai maupun dipelajari. Hal ini karena religiusitas bersifat kasat mata dan sangat kompleks sehingga kadarnya antar individu akan berbeda.³⁷

Adapun terdapat tiga kategori karakteristik pengaruh religiusitas seseorang terhadap motif berekonominya yaitu muslim yang taat, muslim yang kurang taat, serta muslim yang tidak taat.³⁸ Berdasarkan hasil jawaban kuesioner, 97% (61-62 orang) mahasiswa telah memiliki keyakinan yang baik atas ketentuan atau balasan dari Allah SWT. yakni percaya akan adanya neraka dan siksaanya. Adapun dalam segi praktik keagamaannya (ibadah), 76% (48 orang) mahasiswa sudah dengan baik

³⁵ Ahmad Nurrokhim Ngadimen and Emy Widyastuti, "Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening," *Journal of Management and Digital Business* 1, no. 2 (August 29, 2021): 131, doi:10.53088/jmdb.v1i2.134.

³⁶ Sri Kartika Dewi and Azhari Akmal Tarigan, "Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 9, no. 3 (December 30, 2022): 1552, doi:10.35794/jmbi.v9i3.44486.

³⁷ Angga Wilandika, *Mahasiswa, Religiusitas, dan Efikasi Diri Perilaku Berisiko HIV Kajian dalam Sudut Pandang Muslim*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), 13.

³⁸ Indy Zelvian Adhari et al., *Kumpulan Teori Pemikiran Ekonomi Syariah: Pra Kenabian, Pasca Kenabian, dan Era Kontemporer*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 20.

melaksanakan kewajibannya yakni shalat lima waktu. Namun hanya 57% (36 orang) mahasiswa memakai pakaian yang tidak menampilkan lekuk tubuh, sedangkan 40% (25 orang) sisanya menjawab netral dan 3% (2 orang) masih belum mengenakan pakaian yang longgar.

Melalui penjabaran tersebut, tingkat religiusitas Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro dapat dikategorikan sebagai muslim yang kurang taat. Meskipun keyakinan dan praktik atas religiusitas sudah cukup baik, namun dalam perilaku berekonominya masih dipengaruhi oleh ego, *rasionalisme (materialisme)* serta keinginan (*individualistis*). Sedangkan muslim yang taat dalam kegiatan ekonominya, hanya akan dipengaruhi dengan *mashlahah (public interest)*, kebutuhan (*needs*) serta kewajiban (*obligation*).³⁹ Mengingat mahasiswa masih menggunakan fitur *Shopee PayLater* yang mengandung *riba*, berarti mereka belum sepenuhnya menjalankan ketaatan atas ajaran agama Islam.

Adanya perkembangan *trend* dan kemudahan dalam akses belanja *online*, seringkali membuat mahasiswa terburu-buru dalam berbelanja. Mahasiswa seringkali lebih mengutamakan rasa senang (kepuasan) dengan memilih mengabaikan religiusitas dirinya, sehingga mudah terjerumus dalam penggunaan jasa pembayaran yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti *Shopee PayLater*. Hal ini dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Padahal seharusnya

³⁹ Ibid.

religiusitas mampu memberikan dorongan untuk membelanjakan harta sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan. Adapun pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Alfiatus Nur Fadillah et al., yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh baik untuk menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.⁴⁰ Oleh karena itu seharusnya mahasiswa perlu meningkatkan religiusitas dari berbagai aspek. Bukan hanya dari segi praktik ibadahnya saja melainkan juga penerapan religiusitas pada kegiatan sehari-hari termasuk dalam bertransaksi.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji-t) dalam penelitian ini menyatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Sehingga secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.9 yang menunjukkan nilai *Sig.* variabel Persepsi Manfaat (X_3) sebesar $0,000 < 0,05$ adapun $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,545 > 2,001$.

⁴⁰ Alfiatus Nur Fadillah, Darna Saenan, and Achmad Bakhrul Muchtasib, "Analisis Pengaruh Promosi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Berbelanja Online dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi," *account* 7, no. 1 (July 7, 2020): 1240, doi:10.32722/acc.v7i1.2834.

Menurut Jogiyanto dalam Indyah, persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan seseorang jika penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan menambah performa kerjanya.⁴¹ Apabila sebuah teknologi atau *platform (marketplace)* mudah dalam penggunaannya, maka teknologi tersebut dianggap akan memberikan manfaat serta membantu aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien. Sehingga semakin tinggi persepsi manfaat terhadap suatu teknologi maka semakin tinggi juga keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.⁴²

Teori tersebut didukung dengan hasil penelitian oleh Reza Nurzanita et al., yang menunjukkan semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna Gopay, semakin besar juga keputusan untuk menggunakan layanannya.⁴³ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliani Dwi Rahmawati et al., juga menyatakan bahwa persepsi atas banyaknya manfaat dari e-wallet membuat mahasiswa semakin sering menggunakannya.⁴⁴ Meskipun objek pada kedua penelitian tersebut berbeda, namun hasil penelitiannya mampu membuktikan bahwa

⁴¹ Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (TAM)* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 11.

⁴² Ridwan Daud Mahande, *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model dan Studi Empiris* (Bandung: Indonesia Emas Group, 2023), 82–83.

⁴³ Reza Nurzanita and Novi Marlana, “Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 17, no. 2 (2020): 281.

⁴⁴ Yuliani Dwi Rahmawati and Rahmi Yuliana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE BANK BPD Jateng,” *Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (2020): 165.

semakin tinggi persepsi manfaat atas suatu teknologi maka semakin tinggi juga keputusan penggunaannya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat diketahui persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat mahasiswa terhadap layanan *Shopee PayLater*, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaannya. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suci Aknes et al. Adapun hasil analisisnya menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *Shopee PayLater*.⁴⁵ Selain itu, hasil analisis ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rita Dewi et al., yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran *Shopee PayLater*.⁴⁶

Meskipun layanan *Shopee PayLater* tidak sesuai dengan prinsip syariah, mahasiswa merasa fitur tersebut dapat membantu dan mudah digunakan ketika berbelanja sesuatu yang dianggap mendesak. Namun penggunaan *Shopee PayLater* yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif seperti kecanduan dan penumpukan hutang. Sehingga

⁴⁵ Suci Aknes Fionita and Rose Rahmidani, "Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no.3 (2023).

⁴⁶ Rita Dewi Anggraeni Purnamasari, Hadi Sasana, and Ivo Novitaningtyas, "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran PayLater," *Jurnal Manajemen* 13, no. 3 (2021).

mahasiswa sebaiknya tidak menggunakan layanan ini, karena jika tidak disiplin dan membatasi diri maka dapat merugikan diri sendiri.

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner sebagian besar mahasiswa memiliki tanggung jawab yang baik atas tagihan *Shopee PayLater* yang dimilikinya. Hal ini terlihat dari 79% (50 orang) responden menyatakan selalu membayar cicilan tepat waktu dan berusaha untuk tidak melewati batas tanggal jatuh tempo tagihan. Selain itu, 70% (44 orang) mahasiswa juga berusaha untuk melunasi kredit *Shopee PayLater* lebih cepat dari tenor pembayaran yang telah dipilih sebelumnya. Sehingga fitur *Shopee PayLater* tersebut dianggap masih menjadi alternatif yang tepat untuk memenuhi kebutuhan ketika kekurangan finansial.

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji-F) dalam penelitian ini menyatakan H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Sehingga variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian pada tabel 4.10 yang menunjukkan nilai $Sig.F$ sebesar $0,000 < 0,05$ adapun $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $16,549 > 2,76$.

Adapun dalam hasil analisis juga dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,676. Hal ini berarti kekuatan hubungan korelasi antara

variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) dengan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) berada pada kategori sedang. Sedangkan berdasarkan koefisien determentasinya (R^2) dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) mempengaruhi keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebesar 42,9% sedangkan 57,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 52 orang (83%). Berarti lebih banyak mahasiswa perempuan yang menggunakan *Shopee PayLater* dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Umumnya perempuan lebih suka berbelanja atau *shopaholic* dibandingkan laki-laki. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Nanda Ravenska et al., yang menunjukkan bahwa keinginan dan perilaku impulsif belanja perempuan cenderung lebih tinggi daripada laki-laki.⁴⁷ Hal ini pada akhirnya dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang merugikan.

Meskipun begitu, baik perempuan maupun laki-laki memiliki kesempatan yang sama untuk berperilaku konsumtif. Penggunaan *Shopee PayLater* dapat menjadi salah satu fasilitas yang mendorong mahasiswa menjadi konsumtif. Adapun pada penelitian ini, persepsi

⁴⁷ Nanda Ravenska and Pepi Zulvia, "Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 25, doi:10.32815/jibeka.v16i1.133.

manfaat menjadi faktor paling besar yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan *Shopee PayLater*. Maka dari itu diperlukan peningkatan atas literasi keuangan syariah dan religiusitas dalam penggunaan jasa pembayaran digital.

Mengingat literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa saat ini belum sepenuhnya mampu mencegah penggunaan *Shopee PayLater*, namun hanya membantu untuk lebih berhati-hati maka diharapkan untuk dapat lebih menekankan prinsip syariah atas penggunaan jasa layanan pembayaran digital. Selain itu, religiusitas mahasiswa dalam bertransaksi sangat perlu untuk ditingkatkan, agar dalam pemenuhan kebutuhannya terdapat pertimbangan agama dan bersifat halal. Kedua aspek tersebut harus lebih unggul dari persepsi manfaat terhadap penggunaan *Shopee PayLater*, sehingga para penggunanya dapat berhenti menggunakan fitur tersebut dan terbebas dari hutang serta *riba*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Shopee PayLater*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa, maka semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakan *Shopee PayLater*.
2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel Religiusitas (X_2) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Sehingga tinggi atau rendahnya tingkat religiusitas mahasiswa, maka tidak berpengaruh terhadap keputusannya dalam menggunakan *Shopee PayLater*.
3. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Sehingga semakin

tinggi tingkat persepsi manfaat mahasiswa terhadap *Shopee PayLater* maka semakin tinggi juga tingkat keputusan penggunaannya.

4. Secara simultan terdapat pengaruh dari Literasi Keuangan Syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Persepsi Manfaat (X_3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro. Adapun secara simultan ketiga variabel bebas tersebut mempengaruhi keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebesar 42,3% dengan tingkat kekuatan koefisien korelasi sedang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat membantu melanjutkan penelitian ini dengan mengembangkan variabel, indikator serta sampel yang digunakan. Diharapkan juga dapat melibatkan responden dari berbagai latar belakang guna memperoleh informasi tidak hanya atas manfaat *PayLater* saja namun juga risiko buruk penggunaan *PayLater* dari berbagai aspek di luar pembahasan ini.
2. Bagi pembaca terutama mahasiswa diharapkan dapat lebih berhati-hati dan cerdas dalam bertransaksi, khususnya dalam memilih layanan pembayaran supaya terhindar dari kegiatan *riba* yang dapat mempersulit dan menimbulkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain. Lebih baik selalu menabung, sehingga ketika terdapat kebutuhan yang

mendesak maka telah mempunyai dana darurat dan tidak perlu berhutang ataupun menggunakan *PayLater*.

3. Bagi pengguna *Shopee PayLater* diharapkan untuk berhenti menggunakan layanan ini, karena selain mengandung *riba* yang di benci Allah, penggunaan *PayLater* juga dapat memberikan dampak buruk dalam waktu dekat maupun di masa mendatang. Penggunaan *PayLater* dapat menyebabkan kecanduan dan perilaku konsumtif, sehingga berujung pada penumpukan hutang. Meskipun sudah selalu menyiapkan biaya cicilan, namun dana tersebut bisa saja tiba-tiba terpakai untuk kebutuhan lainnya. Hal ini dapat berakibat mengalami kesulitan membayar dan menunggak tagihan, sehingga berkemungkinan mengambil pinjaman lain untuk membayar tagihan *PayLater*.
4. Perlu diperhatikan juga bahwa riwayat kredit termasuk *Shopee PayLater* yang dilakukan akan langsung terdaftar di BI *checking*. Sehingga penggunaan *PayLater* dapat mempersulit mahasiswa dalam menerima beasiswa, karena saat ini sejumlah lembaga beasiswa memperhatikan riwayat kredit dari pencari beasiswa. Selain itu, riwayat kredit seorang *fresh graduate* atau pelamar kerja pada perusahaan atau instansi pemerintahan juga akan dicek melalui BI *checking*, jika tercatat skor kredit buruk maka dipastikan tidak akan lolos seleksi. Adapun di masa mendatang, tak jarang pengguna *PayLater* akhirnya tidak bisa mengambil cicilan KPR rumah atau *property* jika BI *checking* menilai memiliki skor kredit buruk.

5. Bagi FEBI IAIN Metro diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran atas transaksi yang mengandung *riba* dikalangan mahasiswa terutama penggunaan *PayLater*. Diharapkan dapat mengembangkan mata kuliah atau menyelenggarakan seminar maupun *workshop* yang dapat meningkatkan literasi keuangan syariah dan religiusitas mahasiswa dalam memilih penggunaan layanan jasa transaksi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, and Masita. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Adhari, Iendy Zelviean, Toto Sukarnoto, Irni Sri Cahyanti, Nema Widiyanti, Neli Purnamasari, Yayuk Sri Rahayu, Didah Durrotun Naafisah, et al. *Kumpulan Teori Pemikiran Ekonomi Syariah: Pra Kenabian, Pasca Kenabian, dan Era Kontemporer*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Afifah, Nur. *Muamalah dalam Islam*. Semarang: Mutiara Aksara, 2019.
- Al Idrus, Salim. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Malang: Media Nusa Creative, 2021.
- Alansori, Apip, and Erna Listyaningsih. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Alwi, Said. *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Bantul: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Anwar, M., Rihfenti Ernayani, M. Iman Taufik, M. Nuruddin Subhan, Evrina, Nasrullah Djamil, Maulina Dyah Permatasari, Aza El Munadiyan, Hustianto Sudarwadi, and Ibnu Aswat. *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Aravik, Havis, Achmad Irwan Hamzani, and Nur Khasanah. *Percikan Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arifiyanto, Muhammad, and Nur Kholidah. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server*. Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2020.
- Aripin, Zaenal. *E-Business Strategi, Model, dan Penerapannya*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Astari, Anak Agung Elik, Ni Nyoman Kerti Yasa, I. Gusti Ayu Ketut Giantari, and I. Putu Gede Sukaatmadja. *Technology Accepted Model, Theory of Planned Behavior, dan Fear Of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital*. Badung: Intelektual Manifes Media, 2023.

- Aulia, Nayla Sandra, Nafisah Ruhana, and Noorsyah Adi Noer Ridha. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung (Studi Pada Mahasiswa Keuangan Syariah Politeknik Negeri Bandung)." *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 3, no. 3 (June 30, 2023): 651–62. doi:10.35313/jaief.v3i3.5500.
- Basuki, Agus Tri. *Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan E-Views)*. Yogyakarta: Danisa Media, 2016.
- Chrisna, Heriyati, Hernawaty, and Novianti. *Literasi Keuangan Syariah untuk Perkembangan UMKM*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- Cyrus R, Mehta, and Patel Nitin R. *IBM SPSS Exact Test Book*, 2013.
- Dewi, Sri Kartika, and Azhari Akmal Tarigan. "Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 9, no. 3 (December 30, 2022): 1544–60. doi:10.35794/jmbi.v9i3.44486.
- Fadillah, Alfatus Nur, Darna Saenan, and Achmad Bakhrul Muchtasib. "Analisis Pengaruh Promosi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Berbelanja Online dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi." *account* 7, no. 1 (July 7, 2020). doi:10.32722/acc.v7i1.2834.
- Faqih, Mahmudi, and Asrorullah. "Transaksi Jual Beli Menggunakan Pinjaman SPayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam." *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* 6, no. 1 (June 2023).
- Fauzan, Rusydi, Kurroti A'yun, Decky Hendarsyah, Anton Nugroho, Lucky Nugroho, Eni Nuraeni, Muhammad Zulfikar, et al. *Islamic Marketing*. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Fionita, Suci Aknes, and Rose Rahmidani. "Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023).
- Fitriyah, Clarisa Khotimatul, and Rizky Nur Ayuningtyas Putri. "Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z dengan Variabel Mediasi Penggunaan PayLater." *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 4 (2024).

- Hadi, Nasrul. "Shopee Pay Later dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" 3, no. 2 (2020): 74–82.
- Hadrianto, Muhammad Septian. "Pelaksanaan Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Perusahaan Fintech Syariah" 1, no. 12 (2022).
- Harahap, Darwis, and Ferri Alfadri. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022.
- Harahap, Darwis, Hardiansyah Padli, and Nando Fariza. *Diskursus Ekonomi Islam*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022.
- Harun. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Google Docs. "Hasil Kuisisioner Pra-Survey," November 15, 2023. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScyDcoxAgS-seL6tdWbOKpqj2AhdK6GVtE5yiFXlt-vRS0wwA/viewform?usp=forms_home&ths=true&usp=embed_facebook.
- Google Docs. "Hasil Kuisisioner Pra-Survey Lanjutan." Accessed December 14, 2023. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfP2DbTMJhXepLTiNBdrUVvxk10lxNW3mK1o9dFkb5hr7vPIQ/viewform?usp=forms_home&ths=true&usp=embed_facebook.
- Hidayah, Nur. *Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2021.
- Irwan, Andi Muhammad. "Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia Di Kota Makassar)." *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 2 (2019).
- Istanti, Enny, and Achmad Daengs. *Perilaku Konsumen: Consumen Behavior*. Surabaya: Unitomo Press, 2023.
- Jamalia, Bessek. "Pengaruh Religiusitas, Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal." *Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2023).
- Jatmiko, Leo Dwi. "Shopee Efisiensi, Seabank Indonesia Pastikan Bisnis dan Operasional Terjaga." *Bisnis.com*, September 28, 2022. <https://finansial.bisnis.com/read/20220928/90/1582175/shopee-efisiensi-seabank-indonesia-pastikan-bisnis-dan-operasional-terjaga>.

- Khusairi, Halil, and Elex Sarmigi. *Peluang Wisata Budaya Dan Religi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Pengaruh Budaya Kenduri Tuai Padi Dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kerinci*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2022.
- KlikLegal.com. “Dinilai Mirip Dengan Utang, Fatwa MUI Putuskan Layanan Paylater Haram.” *KlikLegal*, August 8, 2022. <https://kliklegal.com/dinilai-mirip-dengan-utang-fatwa-mui-putusan-layanan-paylater-haram/>.
- Kumastuti, Christy Kirana, Ribka Oktavia Susintyawati, Eunika Alvonciani, Irene Chrisanthema Roan Pea, and Valerine Fennilia. *Aku dan Diriku: Buku Pra Remaja-Buku Pembimbing*. Bogor: Binawarga, 2022.
- . *Aku dan Diriku: Buku Pra Remaja-Buku Pembimbing*. Bogor: Binawarga, 2022.
- Kurniawan, Rofyanto, and Tri Wibowo. *Dinamika Kebijakan Subsidi Pupuk dan Ketahanan Pangan*. Jakarta: Gramedia, 2017.
- Laily, Nujmatul. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan.” *Journal of Accounting and Business Education* 1, no. 4 (September 6, 2016). doi:10.26675/jabe.v1i4.6042.
- Lasiyama, Mayasurru. *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022.
- Magelo, Monabila, Tesselonika Sinaga, and Erwin Permana. “Analisis Pemanfaatan Shopee PayLater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemic Covid-19.” *Unikama: Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (Oktober 2023).
- Mahande, Ridwan Daud. *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model dan Studi Empiris*. Bandung: Indonesia Emas Group, 2023.
- Mahardika, Endra Rafif. “Penggunaan Shoppe Pay Later Dalam Pandangan Hukum Islam.” *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 6 (2023).
- “Mahasiswa Aktif.” Accessed November 17, 2023. <https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa-aktif.php>.
- “Mahasiswa Aktif.” Accessed March 30, 2024. <https://data.metrouniv.ac.id/pages/mahasiswa-aktif.php>.
- Manao, Alwinda. *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Sigi: Feniks Muda Sejahtera, 2023.

- Muftisany, Hafidz. *Hukum Riba*. Karanganyar: Intera, 2021.
- Muhamad, Nabilah. "8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara | Databoks." *Katadata Media Network*, October 25, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2022.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Metro: STAIN Jurai Siwo Metro Lampung, 2014.
- Naja, Daeng. *Dosa Riba Notaris*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, and Emy Widyastuti. "Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening." *Journal of Management and Digital Business* 1, no. 2 (August 29, 2021): 122–34. doi:10.53088/jmdb.v1i2.134.
- Noor, Zulki Zulkifli. *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M Budiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Bantul: SiBuku Media, 2017.
- Nurzanita, Reza, and Novi Marlina. "Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 17, no. 2 (2020).
- Pajarianto, Hadi, Salju, and Budi Pramono. *Read: Nilai dan Budaya Kerja di Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Apakah Religiusitas Dibutuhkan?* Bandung: Indonesia Emas Group, 2022.
- Palimbong, Stefani Marina, Elisabet Pali, Astriwati Biringkanae, and Randi Tangdialla. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja." *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 1, no. 3 (2023).
- Pasolong, Harbani. *Teori Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- Patimah, Wiwin Siti, Nila Nopianti, and Eris Munandar. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Perilaku Berhutang Masyarakat." *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 1 (2023).

- Phan, Margareta Sheryl Kurniawan, and Oktavius Theo Andreas Riyadi. *Teknologi Keuangan Anak Muda*. Semarang: SCU Knowledge Media, 2022.
- Prastyawan, Agus, and Yuni Lestari. *Pengambilan Keputusan*. Surabaya: UNESA University Press, 2020.
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.
- Priyono. *Analisis Regresi dan Korelasi untuk Penelitian Survei (Panduan Praktis Olah Data dan Interpretasi)*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Purnamasari, Rita Dewi Anggraeni, Hadi Sasana, and Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran PayLater." *Jurnal Manajemen* 13, no. 3 (2021).
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2016.
- Puspita, Ibnu Ria, Adil Fadillah, and Yudin Taqyudin. "Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan* 2, no. 1 (April 13, 2022): 67–74. doi:10.37641/jabkes.v2i1.1358.
- Putri, Melly Sekarwangi. "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Paylater Pada Generasi Milenial Di Kota Semarang." Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2022.
- Rachbini, Widarto, Agus Herta Sumarto, and Tiolina Evi. *Statistika Terapan: Pengolahan Data Time Series Menggunakan Eviews*. Serang: CV. AA. Rizky, 2021.
- Rahmani, Selvi, Moh Mukhsin, and Muhamad Fakhruddin. "Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2023).
- Rahmawati, Yuliani Dwi, and Rahmi Yuliana. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE BANK BPD Jateng." *Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (2020).
- Ramadhani, Rahmi, and Nuraini Sri Bina. *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Kencana, 2021.

- Rannaesa, Gheona Priscilla. "Kenapa Belanja Online Dianggap Lebih Efisien?" *Kumparan*. Accessed February 10, 2024. <https://kumparan.com/gheona-priscilla/kenapa-belanja-online-dianggap-lebih-efisien-20tXPcXAEK1>.
- Ravenska, Nanda, and Pepi Zulvia. "Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 15–26. doi:10.32815/jibeka.v16i1.133.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: Adab, 2023.
- Rizkinaswara, Leski. "Menkominfo Sebut Pandemi Mempercepat Transformasi Digital." *Ditjen Aptika*, December 29, 2021. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/12/menkominfo-sebut-pandemi-mempercepat-transformasi-digital/>.
- Rusdiana, Listia Duanty. "Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022)." *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2023.
- Saadon, Muhammad Makhrus, and Muhamad Irpan Nurhab. *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN METRO*. Metro, 2019.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Bantul: KBM Indonesia, 2021.
- Santi, Indyah Hartami, and Bayu Erdani. *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021.
- Sauqi, Muhammad. *Fiqh Muamalah*. Banyumas: Pena Persada, 2020.
- . *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Banyumas: Pena Persada, 2022.
- Septin, Angel Chandra, Zainul Abdul Haris, and Retno Widiastuti. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk PayLater Non Syariah." *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Humaniora* 10, no. 01 (January 2023).
- Shopee, Pusat Bantuan. "[SPayLater - Biaya] Apa yang terjadi jika saya terlambat melakukan pembayaran tagihan SPayLater?" *Kebijakan Shopee*. Accessed November 6, 2023. <https://help.shopee.co.id/portal/article/72112-%5BSPayLater---Biaya%5D-Apa-yang-terjadi-jika-saya-terlambat-melakukan-pembayaran-tagihan-SPayLater%3F>.

- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada, 2021.
- Silalahi et al., Tomson Sabungan. *Pemuda Milenial*. Sukabumi: Jejak Publisher, 2019.
- “Sistem Informasi Akademik (SISMIK) IAIN METRO.” Accessed March 30, 2024. <https://sismik.metrouniv.ac.id/>.
- Solihin, Agisni Maulina, Anti Damayanti Kosasih, Hisny Fajrussalam, Desta Tiara Rahmawan, Diffa Alfia Azzahra, and Fauziah Mulia Fitriyani. “Analisis Transaksi Shopee PayLater dalam Perspektif Hukum Islam.” *JPG: Jurnal Pendidikan Guru* 3, no. 4 (November 5, 2022): 284. doi:10.32832/jpg.v3i4.7468.
- Pusat Bantuan Shopee. “[SPayLater - Limit & Aktivasi] Bagaimana cara mengaktifkan SPayLater? | Pusat Bantuan Shopee ID.” Accessed December 20, 2023. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72939-%5BSPayLater--Limit-&-Aktivasi%5D-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater%3F>.
- “[SPayLater - Pembayaran] Bagaimana Prosedur Pembayaran Menggunakan SPayLater? | Pusat Bantuan Shopee ID.” Accessed December 20, 2023. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73455-%5BSPayLater---Pembayaran%5D-Bagaimana-prosedur-pembayaran-menggunakan-SPayLater%3F>.
- SPayLater, Hasil Wawancara Mahasiswa Pengguna. Alasan Menggunakan Shopee PayLater dan Intensitas Penggunaan, December 28, 2023.
- Srifitriani, Abditama, Dihanri, Haimah, Amir Hamzah, Aries Abbas, Sitti Aisyah, Yuyun Yuniarsih, et al. *Kontribusi Ilmuwan dan Praktisi untuk 76 Tahun Kemerdekaan Indonesia*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2021.
- Sudjana. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito Bandung, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sulistiyawati, Eka Septiana, and Anna Widayani. “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, no. 1 (October 1, 2020): 133. doi:10.32493/jpkpk.v4i1.7087.

- Supradi, Bambang. *Transformasi Religiusitas Model Full Day School*. Bogor: Guepedia, 2020.
- Suryadi, Bambang, and Bahrul Hayat. *Religiusitas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021.
- Suryanti, Hera Heru Sri, and Ferisa Prastyaning Utami. *Layanan Bimbingan Klasikal Berbasis Nilai Karakter Untuk Mengembangkan Kemandirian Mahasiswa Dalam Pandemi Covid-19*. Solo: Unisri Press, 2021.
- Swarjana, I Ketut. *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan*. Yogyakarta: Andi, 2022.
- Syaifuddin, A Muh, Ruslang Ruslang, Hasriani Hasriani, and Supriadi Muslimin. "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater." *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 4, no. 2 (July 26, 2022): 109–20. doi:10.37146/ajie.v4i2.176.
- "Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat." Accessed December 8, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>.
- Tri Ramdhani, Muhammad, Ariyadi, and Lastaria. *Pembelajaran Ekonomi Islam pada Pondok Pesantren*. Bantul: K-Media, 2019.
- Ulum, Ziadil, and Asmuni Asmuni. "Transaksi Shopee PayLater Perspektif Hukum Islam." *al-Mawarid Jurnal Syariah dan Hukum (JSYH)* 5, no. 1 (July 7, 2023): 59–72. doi:10.20885/mawarid.vol5.iss1.art5.
- Wahid, Abdul, and Nashr Akbar. *Tafsir Ekonomi Kontemporer: Menggali Teori Ekonomi dari Ayat-Ayat Al-Qur'an*. Depok: Gema Insani, 2020.
- Wahid, Nur. *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia: Teori dan Regulasi*. Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022.
- . *Mengenal Konsep Bisnis Syariah Dari Titik Nol*. Banyumas: Wawasan Ilmu, 2021.
- Wahyoedi, Soegeng. *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas Dan Kualitas Layanan*. Indramayu: Penerbit Adab, 2022.

- Wajiz, Tafsir. "Al-Quran Online Al-Baqarah Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online." *nu.or.id*. Accessed January 1, 2024. <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>.
- . "Al-Quran Online Al-Baqarah Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online." *nu.or.id*. Accessed January 3, 2024. <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/245>.
- Widagda K, I. Gst Ngr Jaya Agung, I. Gusti Ayu Dewi Adnyani, Putu Laksmita Dewi Rahmayanti, and Emilia Septiani. *Model Tam, Flow Theory, Mobile App Design Quality Pada Pengguna E-Commerce*. Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023.
- Widana, I Wayan, and Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media, 2020.
- Wilandika, Angga. *Mahasiswa, Religiusitas, dan Efikasi Diri Perilaku Berisiko HIV Kajian dalam Sudut Pandang Muslim*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022.
- Yana. "Pembayaran Lewat Paylater, Halal atau Haram?" *LPPOM MUI*, August 8, 2023. <https://halalmui.org/pembayaran-lewat-paylater-halal-atau-haram/>.
- Yudha, Ana Toni Roby Candra, Muchammad Saifuddin, Alivia Fitriani Hilmi, and Alnavi Azzahra. *Fintech Syariah dalam Sistem Industri Halal: Teori dan Praktik*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021.
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa. *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press, 2021.

LAMPIRAN