

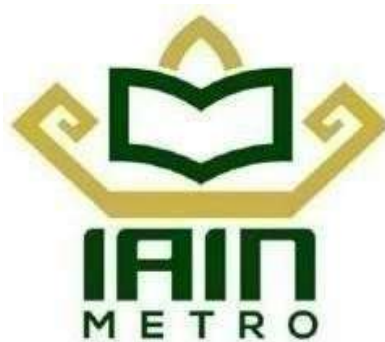
SKRIPSI

**HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)**

Oleh:

HENNI NURHAYATI

NPM.1704100210



JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1443H/2022M

**HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

HENNI NURHAYATI

NPM.1704100210

Pembimbing: Selvia Nuriasari,M.E.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1443H/2022M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)

Nama : Henni Nurhayati

NPM : 1704100210

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 02 Desember 2021

Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122002

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk
Dimunaoqosahkan Saudari Henni Nurhayati**

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 yang disusun oleh:

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaoqosahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Metro, 02 Desember 2021
Dosen Pembimbing


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122002



**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 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0045 / 10.28.3 / p / PP-00-9 / 1 / 2022

Skripsi dengan judul, HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO), Disusun oleh: HENNI NURHAYATI, NPM.1704100210. Jurusan: Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Senin/ 20 Desember 2021.

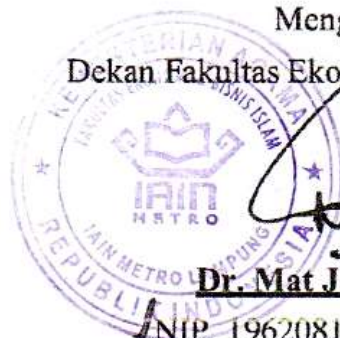
TIM PENGUJI :

Ketua/Moderator	: Selvia Nuriasari, M. E. I	(.....)
Penguji I	: Suci Hayati, M.S.I	(.....)
Penguji II	: Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I	(.....)
Sekretaris	: Dian Oktarina, M.M	(.....)



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil. M.Hum

NIP. 19620814 199803 1 001

ABSTRAK

HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF(STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)

Pada zaman modern sekarang, laju kembang teknologi dan informasi dinilai makin membawa kemudahan. Salah satu kemudahan tersebut ada pada system teknologi pembayaran, yang mana memberikan pergeseran peranan pada uang tunai. Pergeseran itu disebabkan karena kemajuan teknologi yang menciptakan bentuk pembayaran tuna, menjadi bentuk pembayaran non-tunai, yang tentunya dinilai membawa kemudahan serta lebih efisien dalam kegiatan konsumsi karena dalam kegiatan membelanjakan produk dalam memenuhi kebutuhannya

Penggunaan e-money secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya

Pada penelitian kali ini, bertujuan untuk melihat bagaimanakah hubungan antara penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Metro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis korelasi sederhana. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil pada penelitian ini adalah terdapatnya hubungan yang kuat dan positif antar variabel, dengan hasil nilai Pearson Correlation sebesar 0,77.

Pola perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa IAIN Metro berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang merupakan pengguna e-money menunjukkan hasil bahwa sebesar 48% yang merupakan mayoritas atau

pengguna terbanyak e-money yang telah memakai uang elektronik dengan jangka waktu lebih dari setahun. Perilaku konsumtif yang didorong oleh tertariknya sebagian besar mahasiswa untuk menggunakan e-money dan mereka menilai pengisian nominal e-money sangatlah mudah sehingga menghasilkan perilaku konsumtif yang sebagian besar memilih untuk melakukan pembelian beli 1 dan dapat gratis 1 serta selalu mencoba produk yang selalu up to date.

Kata Kunci: Hubungan, Penggunaan E-Money, Perilaku Konsumtif

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HENNI NURHAYATI
NPM : 1704100210
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

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

Metro, 30 November 2021

Yang Menyatakan,



HENNI NURHAYATI
NPM.1704100210

HALAMAN MOTTO

مَا وَدَّعَكَ رَبُّكَ وَمَا قَلَىٰ

“Tuhanmu tidak meninggalkan kamu dan tidak (pula) benci kepadamu”

(QS. Ad-Dhuha : 3)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan sebagai tanda kasih yang tulus kepada:

1. Kedua Orang tua saya, Bapak Hanafi dan Ibu Sugiyati, yang selama ini selalu ada untuk saya, dalam keadaan apapun, dan selalu memberikan segala yang peneliti butuhkan, yang menjadi alasan peneliti untuk bertahan sampai saat ini, yang akan saya cintai untuk selamanya. Do'a mereka yang tak pernah putus untuk saya, yang saya yakini telah membawa saya hingga ke titik ini. I love you more than words can say.
2. Kedua Kakak Saya, Syaiful Badri dan Nurlaila Sari, yang turut memberikan dukungan kepada Peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti sangat merasa bersyukur menjadi bungsu dan memiliki kedua Kakak seperti kalian.
3. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Peneliti sangat mengucapkan banyak terima kasih atas arahan dan bimbingan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat selesai. Semoga kebaikan akan selalu menyertai Ibu.
4. Ibu Esty Apridasari selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan saran terbaik.
5. Teman-Teman terbaik saya, yang saling memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. Thank you Ginta, Santi yang seringkali membantu dalam hal apapun itu. Terima kasih Blink-Blink yang telah menjadi teman yang baik selama masa kuliah. Terima kasih untuk Shelen, adik sekaligus teman yang sangat baik untuk saya.
6. My serotonin booster, mark lee, taetae, hanbin, ten, kwangya fam

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia dan rahmatnya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)”**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus ditempuh untuk menyelesaikan pendidikan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E).

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr.Hj.Siti Nurjanah,M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil,M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi,M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Selvia Nuriasari,M.E.I selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga bagi peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan serta sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan di IAIN Metro.

Metro, November 2021

Peneliti



HENNI NURHAYATI

1704100210

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Uang Elektronik (E-Money).....	12
1. Pengertian Uang Elektronik.....	12
2. Sejarah Uang Elektronik.....	13
3. Jenis-jenis Uang Elektronik.....	13
4. Manfaat Uang Elektronik	14
5. Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik	15
B. Penggunaan E-Money.....	16
1. Minat dalam Menggunakan Uang Elektronik.....	16
2. Pemahaman dalam Menggunakan Uang Elektronik	16
3. Kemanfaatan dalam Menggunakan Uang Elektronik.....	17
C. Perilaku Konsumtif dalam Islam	17
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	17
2. Indikator Perilaku Konsumtif	22
3. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif	23
D. Hubungan Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif.....	24
E. Kerangka Berpikir.....	26
F. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28

A. Rancangan Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Instrumen.....	34
2. Uji Asumsi Klasik	35
3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	36
3. Uji Korelasi Sederhana.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	38
2. Deskripsi Responden	41
3. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	43
B. Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar
- Tabel 1.2 Hasil Penelitian Relevan
- Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Sarjana Aktif
- Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Likert
- Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan E-Money
- Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif
- Tabel 3.5 Derajat Hubungan Variabel
- Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Fakultas
- Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian E-Money
- Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas
- Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas
- Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas
- Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas
- Tabel 4.8 Derajat Hubungan Variabel
- Tabel 4.9 Hasil Uji Korelasi Sederhana

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. Kuesioner Penelitian
3. Hasil Kuesioner Penelitian
4. Hasil Pengujian SPSS
5. Tabel r
6. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
7. Surat Research
8. Surat Balasan Research
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Form Bimbingan Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern sekarang, laju kembang teknologi dan informasi dinilai makin membawa kemudahan. Salah satu kemudahan tersebut ada pada system teknologi pembayaran, yang mana memberikan pergeseran peranan pada uang tunai. Pergeseran itu disebabkan karena kemajuan teknologi yang menciptakan bentuk pembayaran tunai menjadi bentuk pembayaran non-tunai, yang tentunya dinilai membawa kemudahan serta lebih efisien.

Indonesia merupakan negara yang memanfaatkan *fintech*, yang muncul dikarenakan perubahan pada gaya hidup di masyarakat pada sekarang ini dengan didominasi oleh pengguna internet. Perkembangan bisnis *fintech* pun turut membrikan pengaruh pada kemunculan perusahaan sector keuangan digital. Produk *fintech* yang cukup terkenal adalah *electronic-money*.¹

PBI No. 11/12/PBI/Thn.2009 adalah salah satu latar belakang dari kemunculan e-money, yang mana dalam aturan tersebut terdapatnya dukungan agenda dari Bank Indonesia agar diciptakannya masyarakat nirtunai Indonesia. Bank Indonesia menyebutkan bahwa pembayaran secara elektronik merupakan pembayaran dengan menggunakan kegunaan dan jugamanfaat yang terdapat pada jaringan komunikasi dan juga teknologi. E- money saat ini telah dikembangkan pada sejumlah negara termasuk Indonesia. Menurut dari data Bank Indonesia, pada periode Mei 2021,jumlah keseluruhan uang elektronik yang beredar sebanyak

¹ Rofiqoh Dalayah, “Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol.8, No.3, 2010, 946

498,202,416.

Tabel 1.1

Jumlah Uang Elektronik yang Beredar

Periode	Jumlah Instrumen
2015	34,314,795
2016	51,204,580
2017	90,003,848
2018	167,205,578
2019	292,299,320
2020	432,281,380
2021 (Periode Mei)	498,202,416

Sumber: sindonews.com

Dilansir dari sindonews.com, pada Surve E-Channel Fintech E-Commerce & Lifestyle menunjukkan bahwa hasil survei membawa Gopay pada urutan pertama sebagai e-money yang paling banyak digunakan dengan hasil 81% pengguna. Posisi kedua ditempati oleh OVO sebanyak 71%. Dimitri mengungkapkan alasan dari penggunaan e-money bervariasi, mulai dari simple, efisien secara waktu, banyak promo, dan tidak perlu ke bank. Kendati penggunaan e-money tinggi, masih ada beberapa kendala diantaranya aplikasi yang kadang tidak bisa diakses ataupun saldo yang tidak bertambah walaupun sudah di top-up, kendala jaringan, transaksi ditolak, dan lain-lain.

IAIN Metro merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berbasis ke Islaman yang berada di Lampung, tepatnya terletak di Kota Metro. Beberapa fakultas yang terdapat didalamnya antara lain Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Ekonomi dan Bisnis Islam, Syariah dan Ushuluddin.

Berdasarkan hasil wawancara yang sebelumnya telah dilakukan peneliti dengan memilih 10 mahasiswa yang cocok dihadapkan pada fenomena penggunaan uang elektronik dan perilaku kosnumtif, didapatkan

berbagai macam alasan yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif karena penggunaan e-money.

Wawancara pertama dengan Salsah, salah satu mahasiswa IAIN Metro yang merupakan pengguna uang elektronik Gopay. Ia mengungkapkan, memilih untuk menggunakan gopay dikarenakan mudah dan aman. Kemudahan dan keamanan yang dihadirkan dalam gopay diantaranya yaitu kemudahan dalam melakukan top-up dan keamanan pada transaksi yang membutuhkan PIN. Hal itu lalu membuat dirinya merasa nyaman dalam melakukan pembelian. Pembelian yang sering dilakukannya adalah pembelian makanan pada aplikasi Gojek Indonesia, yang mana ketika dihadirkan promo- promo yang menurutnya menguntungkan baginya, karena harga asli jauh lebih mahal dibandingkan harga promo, membuatnya tidak berpikir dua kali untuk melakukan pembelian, karena ia pikir promo tersebut tidak ada lagi besok, jadi ia tidak ingin menyesal besok harinya.²

Hal senada pula diungkapkan oleh rekannya, Putri, yang gemar berbelanja di aplikasi belanja online seperti Shopee dan Lazada. Kemudahan yang ditawarkan membuatnya dapat sesegera mungkin mendapatkan barang-barang yang ditawarkan dalam sebuah toko online. Bahkan fitur Paylater yang terdapat pada GopayPlus memungkinkannya untuk dapat melakukan pencicilan suatu barang secara cepat dan pembayaran dapat dilakukan di lain waktu. Apalagi ditambah dengan adanya berbagai promo khusus pengguna GopayPlus.³

Bagi Dewi, kemudahan dalam membeli pulsa dan paket data menjadi salah satu alasan ia menggunakan Gopay. Dengan dirinya menggunakan Gopay, ia merasa tidak perlu pergi ke konter untuk melakukan pengisian pulsa maupun paket data. Apalagi jika hal tersebut harus dilakukan keika kedaan terdesak dan jauh dari konter.⁴

² Wawancara dengan Salsah, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 2 Agustus 2021

³ Wawancara dengan Putri, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 2 Agustus 2021

⁴ Wawancara dengan Dewi, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 2 Agustus 2021

Wawancara yang kedua dilakukan pada Mahasiswa IAIN Metro bernama Kiky, yang merupakan pengguna uang elektronik OVO, Ia mengungkapkan bahwa OVO mudah digunakan dan juga mudah dimengerti. Selain itu, sudah banyak merchant yang mendukung pembayaran menggunakan OVO, membuatnya semakin mudah dalam melakukan pembelian. Tidak ketinggalan, promo yang beragam yang dihadirkan seperti potongan harga pada suatu produk jika membayar menggunakan OVO, membuatnya semakin gencar dan tak mau ketinggalan untuk melewati promo yang dihadirkan.⁵ Pernyataan Kiky tidak jauh berbeda dengan Roni. Rony mengungkapkan bahwa fitur OVO Points memberikan berbagaikeuntungan, antara lain poin yang dikumpulkan dengan pembelajaan tertentu dapat ditukarkan dengan barang maupun diskontertentu. Selain itu, poin tersebut bahkan dapat ditukarkan dengan barang yang nilainya lebih tinggi daripada poin yang dikumpulkan.⁶

Selanjutnya, wawancara yang dilakukan pada mahasiswa bernama Anisa yang merupakan pengguna setia dari DANA. Menurutnya DANA memberikan keamanan dan kenyamanan dalam transaksi. Berbagai transaksi dapat dilakukan seperti pembayaran listrik, pulsa maupun paket data. Menurutnya, hal tersebut dinilai efektif dan efisien untuknya yang memiliki kesibukan di luar kegiatan kuliah. Kesibukannya sebagai pekerja paruh waktu membuatnya memanfaatkan waktu sebaik mungkin hingga tidak memiliki waktu untuk sekedar membelinya di konter. Sehingga DANA merupakan pilihan tepat untuknya dalam pembelian listrik, pulsa maupun paket data.⁷

Berbeda dengan yang disampaikan oleh Amri. Ia memanfaatkan DANA dalam hal pembayaran produk di aplikasi belanja online Bukalapak. Selain di aplikasi belanja online Bukalapak, pembayaran DANA juga dapat dilakukan di merchant seperti Alfamart.

⁵ Wawancara dengan Kiky, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 2 Agustus 2021

⁶ Wawancara dengan Rony, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 2 Agustus 2021

⁷ Wawancara dengan Anisa, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 3 Agustus 2021

Hal ini memudahkannya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari secara praktis dan mudah. Selain itu, ia dapat menggunakan DANA di merchant lain seperti KFC.⁸

Di tempat yang sama, rekan mereka yakni Vera menambahkan bahwa selain kemudahan dalam hal transaksi, DANA juga memiliki banyak program promo yang menarik pengguna. Promo tersebut berupa potongan harga maupun *cashback* saldo yang menurutnya dapat menghemat pengeluaran daripada melakukan pembayaran secara offline. Keamanan dalam transaksi berupa PIN dan OTP dalam transaksi juga menjadi sebuah pertimbangan untuk menggunakan DANA.⁹

Wawancara selanjutnya dilakukan pada mahasiswa bernama Ayu. Ayu merupakan salah satu pengguna Shopeepay. Ia menuturkan bahwa transaksi dengan Shopeepay dilakukan dengan cepat dan sangat mudah. Ayu yang gemar berbelanja di aplikasi belanja online Shopee dapat membayar produk di Shopee dengan cepat. Setelah melakukan pembayaran, ia tinggal menunggu pengemasan dan pengiriman barang. Menurutnya hal tersebut lebih baik ketimbang harus membayar produk Shopee melalui Indomaret dan Alfamart yang dirasanya rumit dan memakan waktu lebih lama, apalagi jika lokasi keduanya jauh.¹⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh Diah. Selain kemudahan dalam melakukan transaksi di Shopee, hal lain yang tidak kalah penting yaitu voucher yang diberikan setiap saat pengguna melakukan transaksi. Voucher tersebut berupa gratis ongkos kirim maupun voucher yang dapat digunakan untuk membeli produk di Shopee. Ia juga bisa mendapatkan *cashback* dalam bentuk penambahan saldo setelah melakukan transaksi. Di samping itu, Shopeepay juga menawarkan promo yang menarik bagi para penggunanya.¹¹

⁸ Wawancara dengan Amri, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 3 Agustus 2021

⁹ Wawancara dengan Vera, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 3 Agustus 2021

¹⁰ Wawancara dengan Ayu, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 4 Agustus 2021

¹¹ Wawancara dengan Diah, Mahasiswi IAIN Metro, pada tanggal 4 Agustus 2021

Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dilakukan terhadap 10 mahasiswa IAIN tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan utama mereka menggunakan emoney adalah karena adanya kemudahan dan keamanan dalam transaksi. Selain itu, emoney dinilai praktis karena mereka tidak perlu repot-repot membawa uang dalam jumlah besar. Beberapa dari mereka juga menyampaikan bahwa mereka mengalami perubahan pengeluaran keuangan setelah menggunakan emoney tersebut. Dengan kata lain uang yang dikeuarkan semakin bertambah, bahkan untuk hal-hal yang tidak mereka butuhkan. Pengeluaran akibat konsumsi secara berlebihan membuat mereka mengabaikan hal-hal yang menjadi skala prioritas mereka sebagai mahasiswa. Hal inilah yang menyebabkan semakin menjamurnya perilaku hidup konsumtif di kalangan mahasiswa IAIN Metro. Perilaku konsumtif tersebut dapat terlihat dari gaya hidup seperti cara berpakaian, konsumsi makanan dan minuman siap saji yang tidak baik bagi kesehatan akibat adanya penawaran promo serta rasa penasaran akan produk yang dijual.

Dilihat dari tujuan e-money, diantaranya dapat memberikan kemudahan berbagai macam transaksi, terlebih padatransaksi yang memilikiskala mikro. Situasi tersebut juga didukung oleh terdapatnya perdagangan bebas negara- negara ASEAN. Sebagaimana efek dari bisnis dagang, lalu pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi dalam rangka memberi kemudahan untuk publik diantaranya mencakup transaksi jual beli ataupun penyetoran menggunakan debit card ataupun credit card yang diciptakan oleh bank dinilai efektif mampu menunjang kesuksesan dalam dunia perdagangan.¹²

Kini sistem pembayaran melalui aplikasi *e-money* memiliki pengaruh dalam kegiatan konsumsi karena dalam kegiatan membelanjakan produk dalam memenuhi kebutuhannya, Seseorang akan membeli jenis kebutuhannya untuk waktu tertentu berdasarkan nilai

¹² Farida Rohmah, "Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia", 2

belanja yang dikeluarkan merupakan pengeluaran untuk konsumsi. Perilaku konsumsi yang tidak menentu dirasakan oleh masyarakat karena dilihat bahwa pengguna e-money semakin banyak dan diminati membuat individu semakin mudah dalam melakukan transaksi.

Namun berdasarkan fenomena tersebut, tentunya uang elektronik juga membawa kelebihan ataupun kekurangan pada pemakaiannya. Kelebihan yang ditawarkan seperti mudahnya dalam melakukan transaksi, tidak menghabiskan waktu yang lama, serta banyak promo yang dihadirkan, tentunya menjadi cobaan bagi pengguna dalam bersikap untuk melakukan pembelanjaan. Hadirnya kemudahan-kemudahan tersebut, bisa menjadi pengaruh negatif bagi beberapa pengguna terutama perilaku konsumti yang timbul daridiri sendiri.

Masing-masing individu dipastikan memiliki perbedaan dalam perilaku konsumsinya. Hal tersebut dikarnakan oleh berbagai alasan seperti faktor internal, seperti selera konsumen, pendapatan setiap konsumen, kebiasaan yang dilakukan konsumen, serta motivasi. Atau pun faktor yang bersumber eksternal, yaitu berasal dari llingkungan sekitar konsumen atau berasal dari diri luar konsumen itu sendiri, seperti kebudayaan lingkungan sekitar, harga produk, status sosial, mode barang ataupun barang pengganti. Banyak orang yang memiliki perilaku konsumtif dikarenakan mereka lebih menyukai pada hal yang lebih efisien demikelancaran aktivitas konsumsinya.¹³

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Kesenangan dan keindahan diperbolehkan asalkan tidak berlebihan. Konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan memakai, menggunakan, dan menikmati barang dan jasa untuk menikmati kebutuhan yang menekankan prosesnya sesuai ketentuan syariah.

¹³ Gilang Tri Pamungkas, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)*, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

Konsumsi dilihat dari etika Islam tidak sebatas nilai guna barang dan jasa, namun juga mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam proses memperolehnya ataupun menggunakannya.

Dalam Islam, seseorang yang berperilaku konsumtif diperingatkan dalam Al-Quran supaya manusia memanfaatkan harta yang dimiliki untuk kebutuhannya dan tidak berlebih-lebihan ataupun kikir. Didalam Islam, menyarankan untuk hidup sederhana, untuk dapat memanfaatkan harta yang dimiliki untuk kebutuhannya dan tidak berlebih-lebihan ataupun kikir dan hidup sederhana. Perilaku konsumtif dilarang dikarenakan hal tersebut berlebihan dan boros dalam hal makan, berhias pakaian. Dan berbelanja. Karena Allah tidak menyukai yang berlebihan.

Perilaku konsumtif tidaklah didasari oleh kebutuhan-kebutuhan yang harus terpenuhi, namun didasari oleh keinginan semata. Kebiasaan dalam menghabiskan uang ataupun limit kartu dirasa sudah maklum. Hal tersebutlah yang membuat perilaku konsumtif menjadi budaya yang terus berkembang dalam masyarakat.¹⁴

Dengan berlandaskan atas apa yang telah dijelaskan pada latar belakang tersebut, memutuskan bahwa peneliti merasa terdorong dengan ingin dilakukannya penelitian dengan judul “Hubungan Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)”. Peneliti menggunakan mahasiswa sebagai objek penelitian, dikarenakan mahasiswa memiliki kepekaan terhadap sesuatu yang sedang populer. Sehingga mendorong mahasiswa untuk melakukan kegiatan konsumsi yang menunjukkan sifat yang mahal dan mewah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah “Bagaimanakah pengaruh antara

¹⁴ Karita Agni, *Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Cashless*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2020), 2

penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah hubungan antara penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Metro.

2. Manfaat Penelitian

Hasil daripada penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang hubungan penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif, Kemudian penelitian ini bisa digunakan bagi para penyelenggara uang elektronik sebagai referensi dalam memenuhi keinginan pengguna dan dapat meningkatkan kualitas yang dihadirkan.

D. Penelitian Relevan

Dibawah ini merupakan beberapa penelitian-penelitian terlebih dahulu yang memiliki kerelevanan dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang.

Tabel 1.2

Hasil Penelitian yang Relevan

Nama dan Instansi	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
Lailatu Syifa-UIN Syarif Hidayatullah	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FTIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”	Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan mobile banking Terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	Persamaan: Menggunakan variable Y (Perilaku Konsumtif) Perbedaan: Tidak memakaivariabel kemudahan penggunaan mobile banking (Y), tidak memakai pengaruh, tetapi hubungan
Rida Nur Afiyah-UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Terdapatnya pengaruh Konsumtif pada mahasiswa	Persamaan: Menggunakan variabel X (Penggunaan e- money) dengan variabel Y (Perilaku Konsumtif) Perbedaan: Tidak memakai pengaruh, tetapi hubungan
Laila	Pengaruh	Adanya Pengaruh	Persamaan: Menggunakan

Ramadani- Universitas Negeri Malang	Penggunaan Kartu Kredit dan E-Money terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa	yang dinilai signifikan antara dua variabel yang dilakukan penelitian	variabel x (Penggunaan e- money) Perbedaan: Menggunakan variabel kartu kredit dan tidak memakai pengaruh, namun hubungan
---	--	---	---

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uang Elektronik (E-Money)

1. Pengertian E-Money

Pasal 1 ayat 3 PBI. No.20/6 /PBI/2018 Tentang Uang Elektronik berbunyi Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

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

Fatwa DSN No.116/DSN/MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah yang terdapat penjelasan uang elektronik, yaitu Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi;
- c. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan dan

¹ Peraturan Bank Indonesia, No.20/6/PBI/2016

digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.²

Jadi uang elektronik merupakan uang yang tersimpan pada media elektronik yang dimiliki oleh seseorang yang mana untuk mendapatkan nilai uang yang terdapat dalam media tersebut, pengguna harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit, agen, ataupun bank, yang nantinya jika bertransaksi dapat menggunakan nominal yang tersimpan pada media tersebut.

2. Sejarah E-Money

Di Indonesia sendiri, kepopuleran uang elektronik terjadi pada 2007, yang mana bank swasta yang telah menerapkannya. Pertumbuhan dan perkembangan transaksi uang elektronik di Indonesia salah satunya didorong oleh gerakan nasional non tunai. Program yang dicanangkan Bank Indonesia ini secara tidak langsung memaksa masyarakat untuk berpindah ke uang elektronik.

Masyarakat pun menilai bahwa karakteristik yang dimiliki produk ini sangat praktis, dikarenakan hanya perlu melakukan pengisian saldo ke dalam suatu media baik dari rekening ataupun secara cash. Karena tidak diperlukan membawa uang dalam jumlah yang banyak lagi, hal tersebut tentunya menambah nilai efisiensi dari uang elektronik itu sendiri.³

3. Jenis-Jenis E-Money

Menurut Peraturan Bank Indonesia PBI No.16/8/PBI/2014 tentang uang elektronik menjelaskan bahwa berdasarkan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik, dapat dibedakan menjadi dua yaitu uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit (*registered*), dan uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak tercatat dan terdaftar pada penerbit (*unregistered*). Uang elektronik berdasarkan tempat penyimpanan nilai uang, juga terbagi atas dua jenis yaitu:

² Fatwa DSN No.116/DSN/MUI/IX/2017

¹ Muhammad Sugih Mukti, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan E-Money*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 28

a. Uang elektronik berbasis kartu atau chip

Pada uang elektronik berbasis kartu atau *chip*, nilai uang elektronik dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau chip dan memungkinkan transaksi dilakukan secara offline.

b. Uang elektronik berbasis server

Pada uang elektronik berbasis *server*, nilai dana pemegang tersimpan pada database penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa gadget pengguna untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis server dan hanya dapat dilakukan secara online.

4. Manfaat E-Money

Beberapa manfaat yang bisa didapatkan dalam menggunakan e-money, antara lain:

- a. Pada saat transaksi tidak diperlukan lagi membawa uang secara tunai sehingga memberikan kemudahan juga kecepatan pada prosesnya
- b. Akan tidak lagi ditemukannya kembalian yang berwujud barang

Berguna untuk digunakan pada transaksi massal yang memiliki nilai kecil namun berfrekuensi tinggi, contohnya adalah transportasi, fast food, dan parkir tol.⁴

5. Kelebihan dan Kekurangan E-Money

Uang elektronik yang memberikan penawaran kemudahan juga kecepatan pada transaksi bidang mikro seperti pembayaran tol ataupun tiket. Namun, untuk mendapatkan berbagai kemudahan dan kepraktisan tersebut,

¹ Muhammad Sugih Mukti, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan E-Money*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 30

e-money tentunya juga memiliki kekurangan, khususnya pada aspek keamanan. Pada proses pembayaran yang tidak adanya proses dalam otorisasi seperti guna meningkatkan risiko dalam keamanan. Apabila terjadi kehilangan oleh pengguna, karena pencurian, ataupun kejadian yang lain, yang dapat menyebabkan kepemilikan tersebut berpindah pada orang lain, maka orang lain tetap dapat menggunakan kartu itu. Pihak pemilik disini tidak dapat melakukan cara dalam memperjuangkan haknya. Pemilik tidak akan bisa melakukan pemblokiran pada e- money tersebut. Dan juga menurut perjanjian dalam pembuatan e- money, risiko kehilangan kartu adalah risiko yang harus ditanggung pengguna itu sendiri.⁵ Dibawah ini adalah kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada produk e-money.

a. Kelebihan e-money

- 1) Dibandingkan dengan uang tunai, uang elektronik dinilai lebih praktis, lebih cepat, lebih fleksibel.
- 2) Media yang dipakai berupa kartu ataupun ponsel, sehingga mudah dibawa kemanapun.
- 3) Tidak diperlukannya tanda tangan ataupun PIN dalam transaksi, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama.
- 4) Maksimal saldo hanya Rp. 5.000.000,, hal tersebut guna mengurangi resiko kerugian ketika uang elektronik hilang ataupun dicuri.

b. Kekurangan e-money

- 1) Nominal dalam uang elektronik tersebut tidak bisa diamankan ketika terjadi pencurian atau kehilangan dikarenakan tidak adanya otorisasi PIN.
- 2) Hanya dapat digunakan pada tempat-tempat yang bekerja sama dengan penerbit e-money

⁵ Farida Rohmah, "Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia", 13

- 3) Tidak adanya jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan.⁶

B. Penggunaan E-Money

Penggunaan E-Money merupakan keputusan seseorang untuk menggunakan e-money. Keputusan tersebut dikarenakan terdapatnya factor-faktor yang mendorong untuk menggunakan e-money. Pada teori *Technology Acceptance Model* dikemukakan bahwa penerimaan dari individu terhadap sebuah system teknologi dapat dipengaruhi karena berbagai persepsi seperti manfaat dan juga kegunaan. Berikut ini merupakan indicator yang dapat digunakan sebagai acuan individu dalam memutuskan menggunakan e-money.

1. Minat

Minat merupakan kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Minat juga dapat dikatakan sebagai ketertarikan ataupun keinginan dari individu terhadap benda ataupun aktivitas. Minat individu dalam menggunakan e- money dapat diukur dengan bagaimana tingkat penerimaan dan penggunaan.⁷ Minat menggunakan e-money disini bias dilihat dari individu yang memiliki keinginan untuk menggunakan dan juga menggunakan untuk masa yang akan datang.

2. Pemahaman

Tingkat pemahaman merupakan proses untuk peningkatan pengetahuan secara intensif oleh individu dengan sejauh mana ia dapat mengerti permasalahan yang ingin diketahui.⁸ Dalam kaitannya dengan penggunaan e-money, dapat dikatakan bahwa sejauh mana proses individu

⁶ Decky Hendarsyah, "Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia", 12

⁷ Ula Rahmatika, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money", Vol.8, No.2, 2019, 276

⁸ Mutia, "Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Tingkat Pemahaman Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Padang)", *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 11

dalam memahami cara dari menggunakan uang elektronik tersebut.

3. Kemanfaatan

Kemanfaatan merupakan tingkat keyakinan dimana seseorang yakin atau percaya pada suatu produk atau system yang dapat membantu aktivitas individu menjadi lebih efektif dan juga efisien.⁹ Kemanfaatan e-money dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan seseorang bahwa e-money merupakan inovasi yang dapat memberikan manfaat dalam pembayaran dan juga dapat membantu penggunanya.

C. Perilaku Konsumtif dalam Islam

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Ancok, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya, atau dapat dikatakan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhannya. Menurut Sumartono perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lain atau membeli karena adanya hadiah yang ditawarkan ataupun karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Sedangkan Lubis mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak berdasarkan lagi pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Zebua dan Nurdjayadi menggambarkan perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan

⁹ Romadhotul Inayah, *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Masyarakat*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), 44

efisiensi bahaya.¹⁰

Perbedaan yang mendasar pada system ekonomi Islam dan Konvensional adalah menyoroti masalah kebutuhan dan keinginan biasanya terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi, segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya.

Dalam ekonomi konvensional tidak dibedakan antara kebutuhan dan keinginan, konsep kapitalis sangat mengedepankan keinginan. Keinginan dapat dijadikan standar kepuasan bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Konsep inilah yang menjebak manusia dalam perilaku konsumtif. Berbeda dengan ekonomi konvensional, ekonomi Islam mengenal adanya keseimbangan.

Konsep keperluan dasar manusia adalah dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat. Konsumsi yang dilakukan oleh muslim seharusnya mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah dengan cara menjauhi produk haram, tidak kikir, dan tidak tamak.¹¹ Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Mengonsumsi dengan niat untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah SWT akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah dan mendapatkan pahala.¹²

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Kesenangan dan keindahan diperbolehkan asalkan tidak berlebihan. Konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan memakai, menggunakan, dan menikmati barang dan jasa untuk menikmati kebutuhan yang menekankan prosesnya sesuai ketentuan syariah.

¹⁰ Laila Meiliyandrie Indah Wardani & Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*, hlm.6

¹¹ Zulfikar Alkautsar, "Implementasi Pemahaman Konsumtif Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim", *JESTT*, Vol.1, No.10, Oktober 2014, 737

¹² Almizan, "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.1, No.1, Januari-Juni 2006, 18

Konsumsi dilihat dari etika Islam tidak sebatas nilai guna barang dan jasa, namun juga mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam prosesmemperolehnya ataupun menggunakannya.

Enam prinsip dasar dalam perilaku konsumen islam diantaranya adalah yang pertama prinsip syariat, yang terbagi atas tiga sub-prinsip yaitu aqidah yang artinya menekankan pada sifat konsumsi sebagai alat ibadah atau sebagai realisasi iman yang menganggap manusia sebagai pemimpin (khalifah) dan bertanggung jawab kepada Pencipta, kemudian pengetahuan, yang menekankan pada persyaratan tentang pengetahuan yang cukup tentang bahan atau baran dan hukum yang terkait yang akan dikonsumsi, kemudian terdapat amaliyah, yaitu konsekuensi dari aqidah dan pengetahuan tentang perilaku konsumen islami.

Prinsip yang kedua adalah kuantitas, artinya konsumsi harus sesuai dengan batasan kuantitas sebagaimana yang telah dijelaskan dalam syariat. Prinsip ketiga merupakan prioritas, yaitu konsumsi yang dilakukan harus dengan prioritasnya, mulai dari primer, sekunder dan tersier untuk menghindari perilaku boros. Prinsip keempat adalah sosial, yang berarti tetap memperhatikan lingkungan dalam melakkan aktivitas konsumsi sehingga keharmonisan masyarakat dan kepentingan antarmanusia tetap terjaga. Prinsip kelima adalah lingkungan, yaitu konsumsi harus sesuai dengan potensi sumber daya alam dan kelestariannya sehingga tidak merusak lingkungan. Prinsip yang keenam adalah prinsip yang memerintahkan untuk tidak meniru perilaku konsumen yang bertentangan dengan etika konsumsi Islam, seperti menjamu tamu secara berlebihan, pamer, dan menghamburkan uang.¹³

Dalam Islam, dibedakan atas dua pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan duniawinya. Dan pengeluaran tipe kedua,

¹³ Brillyan Octaviani Chandra, "Consumption Behavior of University Students in Islamic Economics Perspective", *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, 2016, 13

adalah pengeluaran yang dikeluarkan semata-mata bermotif mencari akhirat.¹⁴

Al-Ghazali mengingatkan untuk tidak berlebihan dalam memenuhi kebutuhan duniawi. Islam sebagai agama yang lengkap dan tidak mengakui pemisahan antara masalah agama, politik dan ekonomi. Al-Ghazali berpendapat bahwa setidaknya ada 10 kejelekan ketika seseorang mengkonsumsi berlebihan, yaitu (1) menjadikan hati keras, (2) menimbulkan kebimbangan dan gejolak pada anggota badan yang mengakibatkan kerusakan, (3) menjadikan peneympitan akal, (4) menjadikan malas beribadah, (5) menjadikan hilangnya manisnya ibadah, (6) menjerumuskan kepada hal yang haram, (7) menjadikan hati lelah dan mendatangkan kebiasaan kurang baik, (8) mempersulit urusan akhirat, (9) menjadikan kurangnya pahala, (10) menjadikan kelak akan menanyakan dari mana didapatkan, meskipun halal tetap dihisab. Dalam Ekonomi Islam, konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar yaitu: (1)Prinsip Keadilan, (2) Prinsip kebersihan, (3) Prinsip kesederhanaan, (4) Prinsip kemurahan hati, (5) Prinsip moralitas.¹⁵

Konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi yang boros dan berlebihan yang dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewahan. Dampak negatif yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif antara lain timbulnya kecemburuan sosial akibat pola hidup yang boros, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Perilaku konsumtif merupakan pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian semata. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh gaya hidup yang

¹⁴ Anwar Liling, "Konsep Utility dalam Perilaku Konsumsi Muslim", *Jurnal Balanca*, Vol.1, No.1, 2019, 72

¹⁵ Melis, "Prinsip dan Batasan Konsumsi Islam", *Jurnal Islamic Banking*, Vol.1, No.1, 2015, 15

akhirnya menentukan pilihan konsumsi seseorang.¹⁶

Dalam Islam, seseorang yang berperilaku konsumtif diperingatkan dalam Al-Quran supaya manusia memanfaatkan harta yang dimiliki untuk kebutuhannya dan tidak berlebih-lebihan ataupun kikir. Didalam Islam, menyarankan untuk hidup sederhana, seperti dalam QS.Al-Israa:26 yang berbunyi:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.

Dan pada QS.Al-A'raf berbunyi:

الْمُسْرِفِينَ يُحِبُّ لَا إِنَّهُ تُسْرِفُوا وَلَا وَاشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدِ كُلِّ عِنْدَ زِينَتِكُمْ خُذُوا أَدَمَ لِبَيْتِي

“Hai anak Adam, pakailah pakaian yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

Hal tersebut juga diterangkan dalam QS.Al-Maidah:77 *“Katakanlah (Muhammad) “Wahai Ahli Kitab. Janganlah kamu berlebih-lebihan dengan cara yang tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti keinginan orang-orang yang telah tersesat dahulu dan (telah) menyesatkan banyak (manusia), dan mereka sendiri tersesat dari jalan yang lurus”.*

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan dalam Al-Quran menerangkan bahwa manusia untuk memanfaatkan harta yang dimiliki untuk kebutuhannya dan tidak berlebih-lebihan ataupun kikir dan hidup sederhana. Perilaku konsumtif dilarangkarenakan hal tersebut berlebih-lebihan dan boros dalam hal makan, berhias pakaian, dan berbelanja. Karena Allah tidak menyukai yang berlebihan.

¹⁶ Chandra Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol.13, No.4, 2017, 108

2. Indikator Perilaku Konsumtif dalam Islam

Dalam konsep konsumsi, adanya larangan untuk sikap hidup yang mewah. Ekonomi Islam hidup sederhana bertolak belakang dengan nilai yang terdapat dalam ekonomi kapitalis yang menganggap konsumerisme merupakan suatu nilai. Konsumerisme identik dengan hidup yang mewah. Gaya hidup tersebut dapat merusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu. Berikut ini merupakan indikator yang terdapat dalam perilaku konsumtif pada ajaran Islam.

a. Tabzir

Tabzir berasal dari kata *bazr* yang memiliki makna ‘boros’ karena menghambur-hamburkan harta. Didalam Al- Qur’an kata ini digunakan berkaitan dengan penggunaan harta benda yang beriringan dengan perintah Allah untuk berinfak kepada keluarga dekat, orang-orang miskin, dan ibnu sabil, dan melarang manusia untuk berbuat boros. Quraish Shihab mengatakan bahwa *tabzir* diartikan sebagai pengeluaran yang belum haq. Oleh karena itu, jika seseorang membelanjakan semua hartanya dalam kebaikan, dia bukan seorang pemboros.

b. Israf

Israf memiliki makna berlebih-lebihan atau melampaui batas. Al- Maraghiy berpandangan bahwa israf bermakna melampaui batas dalam mengeluarkan nafkah karena melihat saingannya mempunyai harta. Orang-orang yang tidak berlaku mubazir dalam mengeluarkan nafkah, mereka tidak mengeluarkannya lebih dari kebutuhan dan tidak kikir terhadap diri mereka dan keluarga sehingga mengabaikan kewajiban terhadap

mereka, tetapi mereka mengeluarkannya secara adil.¹⁷

Indikator-indikator dalam perilaku konsumtif dapat berupa pembelian produk dikarenakan adanya iming-iming hadiah, pembelian produk dikarenakan kemasan yang menarik, pembelian produk guna menjaga penampilan serta gengsi, melakukan pembelian produk atas dasar harga dan bukan berdasarkan manfaat dan kegunaan, membeli produk demi menjaga simbol status, membeli produk dikarenakan konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, menganggap beli produk yang mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk yang sejenis dengan merk berbeda.¹⁸

3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain adalah faktor sosiologis dalam hal ini status sosial ekonomi dari orang tua sangat berpengaruh dalam pengukuran status sosial seseorang di masyarakat. Penggolongan status sosial ini biasanya didasarkan pada ukuran tertentu, antara lain ukuran kekuasaan, kehormatan, popularitas, ketokohan, kekayaan, ilmu pengetahuan. Selain itu yang keluarganya menjadi tokoh masyarakat dan terpuja secara populer akan berusaha untuk menjaga popularitas dan kelas sosialnya dengan selalu berpenampilan dan bergaya atau berbusana yang sesuai dengan statusnya.

Dapat ditarik suatu kesimpulan, yaitu status sosial dan ekonomi orang tua adalah adalah suatu kedudukan yang diperoleh dikarenakan orang tua memiliki kekayaan, tingkat pendidikan, dan popularitas serta ketokohan di lingkungan masyarakat. Lalu faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kelompok referensi atau kelompok sosial yang akan dijadikan acuan bagi seseorang yang bukan

¹⁷ Wida Wahyuni, *Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Semarang: IAIN Walisongo, 2013), 36

¹⁸ Luh Gede Kusuma Dewi, dkk, "Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.5, No.1, 2021, 8

bagian dari kelompoknya dan berpengaruh atas tingkah laku dan juga kepribadiannya. Kelompok acuan ini merupakan kelompok yang berasal dari orang-orang yang berada di sekelilingnya. Kelompok acuan ini dapat memberi pengaruh terhadap perilaku seseorang dalam melakukan pembelian produk dengan memberikan informasi yang memuat deskripsi produk dan keunggulan yang akan dijadikan acuan dalam membeli barang ataupun jasa.¹⁹

D. Hubungan Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif

Jika ditelaah lagi, sebenarnya perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Dalam hal ini perilaku belanja yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Di era digital ini, peranan dari e-money sendiri telah mempengaruhi perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat. E-money adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, nilai uang disimpan secara elektronik dalam media, nilai uang yang disetor bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur tentang perbankan. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyebutkan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jika penggunaan uang elektronik semakin tinggi, maka konsumsi terhadap barang dan jasa juga akan meningkat secara signifikan. Jika dilihat secara psikologis, kemudahan seseorang dalam membelanjakan uang akan lebih tinggi pada saat memegang uang non-tunai dibandingkan uang tunai. Sehingga seseorang akan lebih

¹⁹ Dwi Rorin dan Ria Susanti, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI", *Journal of Applied Business and Economics*, Vol.7, No.2, 214

konsumtif ketika sering menggunakan uang elektronik. Hal ini disebabkan karena penggunaan uang elektronik jauh lebih mudah, aman, nyaman, cepat, dan efisien dibanding jika memakai uang tunai.²⁰

Penggunaan e-money secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, prestige, kekayaan, keistimewaan, dan hal lain yang mencolok. Perilaku konsumtif juga dapat didasarkan atas suatu barang yang menjadi bagian dari kegemaran individu. Untuk itu perilaku konsumtif yang mengorbankan kebutuhan dimasa depan demi penawaran diskon yang menarik di masa kini, dapat menejrumuskan seseorang kedalam kondisi kesehatan keuangan yang buruk, sehingga itu perilaku konsumtif harus dihindari karena dapat menimbulkan masalah keuangan yang lebih mendalam di kemudian hari.

Penggunaan pada e-money bisa menimbulkan dampak positif dan juga negatif untuk penggunanya. Dampak positifnya dalah dirasakan kemudahan dalam bertransaksi dan resiko kehilangan dapat dihindari, namun penggunaan e-money sendiri membawa dampak negatif yaitu perilaku konsumtif pada penggunanya.

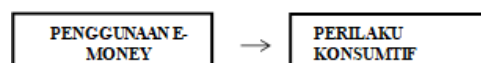
Penggunaan e-money bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik, dalam hal ini perilaku konsumtif atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga

²⁰ Dwi Rorin dan Ria Susanti, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI", *Journal of Applied Business and Economics*, Vol.7, No.2

menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelanjaan berulang. Sebenarnya pembelanjaan berulang, atau sikap boros tidak selalu memiliki konotasi buruk. Akan tetapi pada sisi lainnya, pembelanja yang loyal akan meningkatkan perekonomian khususnya jika pengguna e-money mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun, sikap boros akan menjadi masalah, jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya. Dalam hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap gila belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan curang lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut.²¹

E. Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini, tujuannya adalah untuk mencari tahu hubungan diantara variable bebas (penggunaan e-money) dengan variable terikat (perilaku konsumtif). kerangka berpikir bertujuan untuk memberikan kemudahan pemahaman jalan pemikiran atas pembahasan masalah nantinya.



Kerangka berpikir yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini yaitu “bila tingkat penggunaan e-money (X) tinggi, maka perilaku konsumtif(Y) juga akan tinggi”.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan dalam penelitian namun bersifat sementara dan butuh pembuktian untuk suatu kebenaran. Hipotesis pada penelitian kali ini adalah:

1. **Ha:** Tidak terdapatnya pengaruh yang positif antara

²¹ Luh Gede Kusuma Dewi, dkk, “Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.5, No.1, 2021, 216

penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif

2. **Ho:** Terdapatnya pengaruh yang positif antara penggunaan e- money dengan perilaku konsumtif. Maksudnya, bahwa semakin tinggi penggunaan e- money, maka perilaku konsumtif juga akan semakin meningkat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian kali ini adalah correlational research, yakni didalamnya menyertakan aktivitas mengumpulkan berbagai data yang nantinya akan ditentukan, adakah hubungan juga tingkatan hubungan antara dua variable atau lebih. Sesuai dengan penelitian korelasi, pada penelitian ini tujuannya adalah menemukan hubungan antara penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di IAIN Metro. Sesuai dengan tujuan dan juga pertanyaan penelitian, penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

Pada penelitian kuantitatif, landasan dari metode yang dipakai yaitu berdasarkan atas positivism, yang dipakai dalam melakukan penelitian populasi ataupun sampel tertentu, yang dalam pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, dengan analisis datanya memiliki sifat statistic/ kuantitatif, yang bertujuan guna memberikan gambaran dan melakukan uji hipotesis yang ditetapkan.¹

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian kali ini, dilihat berdasarkan tujuan dan juga landasan teori yang dikemukakan oleh peneliti, digunakan variable independen juga variable dependen.

1. Variabel Independen (X) : Penggunaan E-Money
2. Variabel Dependen (Y) : Perilaku Konsumtif

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah sesuatu yang didasarkan pada sifat-sifat yang didefinisikan yang dapat diamati ataupun diobservasi.²

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 8

² Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 29

1. Variabel Independent (Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam Structural Equation Modeling/ Pemodelan Persamaan Struktural, Variabel Independen disebut sebagai variabel eksogen.³ Variabel bebas pada penelitian kali ini adalah Variabel Penggunaan E-Money (X) yang akan mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

2. Variabel Dependent (Terikat)

Variabel terikat juga sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas⁴. Variabel terikat pada penelitian kali ini adalah Perilaku Konsumtif (Y) yang akan dipengaruhi oleh variabel Penggunaan E-Money

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Metro. Adapun data dari jumlah Mahasiswa yang aktif di IAIN Metro yaitu:

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Sarjana Aktif
Per. Desember 2021

Fakultas	Jumlah
Tarbiyah	3.666
Syariah	931

³ Sugiyono, 57

⁴ Sugiyono, 57

⁵ Agung Widhi Kurniawan & Zara Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 66

Dakwah dan Komunikasi	560
Ekonomi dan Bisnis Islam	2.580
Pascasarjana	391
Jumlah keseluruhan	8.128

Sampel merupakan bagian dari populasi. Analisis data sampel secara kuantitatif menghasilkan statistik sampel yang digunakan untuk mengestimasi parameter populasinya. Peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi atau hanya sebagian saja dari elemen populasi. Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 7660 maka peneliti akan menentukan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Adapun rumus menghitung ukuran sampel yang populasinya diketahui jumlahnya memakai rumus slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n : Ukuran sample yang dicari
- N : Ukuran populasi
- e : Persen kesalahan penelitian yang ditolerir (10% : 0,1)

Demikian karna jumlah populasi 8.128 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 99,12. Namun dikarenakan sampel bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 100 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa pengguna *e-money* Kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang harus dijawab oleh responden sesuai

dengan persepsinya. Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara online dalam bentuk pertanyaan yang telah disusun dan ditulis pada *Google Form*. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dari responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan pengukuran Skala Likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 3.2
Skor Penilaian Skala Likert

Jawaban Pernyataan	Skor
Positif	
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Instrumen Penelitian

Didalam sebuah penelitian, instrument penelitian yakni suatu alat ukur yang bisa dipakai untuk mengukur fenomena (variabel) yang diamati. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila instrumen mengukur apa yang akan diukur. Instrumen dikatakan reliabel apabila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama dengan hasil yang sama juga.

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan E-Money

Indikator	Item Pernyataan
Minat	<ol style="list-style-type: none">1. Tertarik menggunakan uang elektronik2. Tertarik mengajak orang lain menggunakan uang elektronik3. Menggunakan uang elektronik dalam berbagai transaksi4. Tetap menggunakan uang elektronik di masa yang akan mendatang
Pemahaman	<ol style="list-style-type: none">1. Merasa bahwa penggunaan uang elektronik sangat mudah2. Pengisian nominal sangat mudah
Manfaat	<ol style="list-style-type: none">1. Merasa lebih efektif dan efisien dalam menggunakan uang elektronik

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

Indikator	Item Pernyataan
Membeli produk karna iming-iming hadiah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karena ada iming-iming hadiah 2. Lebih bersemangat membeli produk beli 1 gratis 1
Membeli karena kemasan menarik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan membeli produk karena kemasan menarik walaupun tidak pentik 2. Tidak akan beli jika kemasannya tidak menarik
Membeli untuk menjaga penampilan dan gensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk demi menunjang penampilan 2. Membeli produk yang sedang hits agar terlihat up to date
Membeli karena pertimbangan harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih suka membeli produk merk terkenal
Menjaga simbol status	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih mempertimbangkan merek daripada kegunaan

Konformitas pada model	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya memakai produk dari promosi artis 2. Beli produk dari endorse selebgram
Lebih percaya diri karena produk mahal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih percaya diri karena menggunakan produk mahal 2. Merasa suka dan istimewa jika menggunakan merk terkenal
Membeli dua produk sejenis dalam satu waktu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sering membeli produk sejenis dalam satu waktu

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data didalam penelitian kuantitatif adalah aktivitas sesudah beberapa data dari responden dikumpulkan. aktivitas dalam melakukan analisis data yaitu melakukan pengelompokkan data yang didasarkan pada variable, melakukan perhitungan untuk merumuskan masalah, menyajikan data tiap variable yang diteliti.⁶

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrument terhadap konsep yang diteliti. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu Mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan e-money.

⁶ Sugiyono, 226

Pengujian validitas pada penelitian kali ini, digunakan uji korelasi pearson product moment yang ada pada SPSS, dengan kriteria yaitu jika r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel), maka dapat dikatakan valid. Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.(0,05) Pada uji pernyataan terhadap 100 responden, peneliti mendapatkan nilai r tabel 0,195.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya. Variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* r hitung $>$ 0,6. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* r hitung $<$ 0,6 maka data tidak reliabel.⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan membaca nilai signifikansi. Jika nilai Sig. Kurang dari 0,05%, maka disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Jika Sig. Lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal.⁸

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X dan Y mempunyai hubungan linear. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Kedua variable dinyatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi *deviation for linearity* lebih dari 0,05 pada output a table

⁷ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara, 2014), 77

⁸ Duwi Priyanto, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 153

ANOVA.⁹

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan antar dua variabel yang dapat dinyatakan dalam suatu garis regresi pada statistika parametrik yang digunakan dalam analisis rata-rata respon dari variabel y yang berubah sehubungan dengan besarnya intervensi dari variabel x . Analisis regresi linear sederhana hanya dapat digunakan untuk satu variabel bebas dan satu variabel terikat yang tujuannya untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat.¹⁰

4. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara indikator setiap variabel penggunaan e- money dan perilaku konsumtif, dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antar variabel, dan jugab= bentuk hubungan antar dua variabel. Penelitian ini menggunakan SPSS dengan ketentuan Jika nilai Sig. $<0,05$ maka berkorelasi, dan jika nilai Sig. $>0,05$ maka tidak berkorelasi.

Tabel 3.6
Derajat Hubungan Variabel¹¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

⁹ Duwi Priyanto, 178

¹⁰ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi* (Jakarta: Kencana, 2016), 63

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 231

Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai yang semakin mendekati 1 atau -1, berarti hubungan dua variabel semakin kuat, sebaliknya jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik, maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik, maka Y turun).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat IAIN Metro

Cikal bakal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung. Ini lain karena berdirinya IAIN Raden Intan Bandar Lampung itu sendiri merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang berdiri tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid. Berdasarkan musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut.

Setelah melalui perjuangan yang gigih dari YKIL, maka pada tanggal 13 oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, namun tidak berdiri sendiri melainkan cabang Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan mesyarakat Metro kepada YKIL agar dibuka Fakultas Tabiyah dan Fakultas Syariah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tabiyah IAIN Raden FatahPalembang.

Setelah IAIN Raden Intan Lampung resmi dibuka, maka Fakultas Tarbiyah yang semula mengunduk ke IAIN Raden Fatah Palembang ditetapkan menjadi fakultas Fakultas yang berdiri sendiri, sebagai Fakultas Tabiyah IAIN Raden Intan Lampung Metro berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 188 Tahun 1966. Namun tidak lama setelah perubahan nama IAIN Raden Intan Tanjung Karang manjadi Raden Intan Bandar Lampung mengikuti perubahan nama ibu kota Lampung menjadi Bandar Lampung terbitlah Surat Edaran Bimas Islam No. E.III.OT/OO/AZ/1804/1996, Tanggal 23 Agustus 19996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas IAIN di luar Induk menjadi Sekolah

Tinggi Agama Islam Negeri .

Sebagai kelanjutan maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 tahun 1997. Berdasarkan saran Bupati (saat itu Drs. Herman Sanusi) maka ditetapkan nama STAIN Metro adalah STAIN Jurai Siwo Metro mengingat STAIN ini berada di Lampung Tengah yang memiliki tradisi dan budaya "Sembilan Marga Penyibang".

Penataan-penataan demi penataan kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni Jurusan Syari'ah yang saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Baru pada tahun 1999. Masa ini dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Metro sudah tidak berada di bawah IAIN Raden Intan lagi. Kampus STAIN Jurai Siwo Metro mengalami kemajuan signifikan. Satu-satunya kampus negeri di Kota Metro ini menjadi kampus Islam yang diminati calon mahasiswa dari berbagai daerah, baik dari Lampung maupun luar.

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat ini civitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keislaman. Alih status STAIN Jurai Siwo Metro ke IAIN Jurai Siwo Metro sudah diajukan sejak tahun 2010 dan direncanakan bisa terealisasi pada 2012 tahun depan. Musyawarah alumni juga menjadi salah satu syarat administrasi alih status STAIN ke IAIN. Hal ini sudah lama dilakukan pada masa kepemimpinan Prof. Dr. Syaripudin, M.Ag. dengan mengundang seluruh alumni dari semua angkatan dalam acara reuni akbar pada Sabtu, 28 Juli 2010 lalu. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas yang merupakan penggabungan dari 2 jurusan dengan 9 program studi.

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.

Berdasarkan sejarah di atas dapat dipahami bahwa, Institut Agama Islam Negeri Metro atau IAIN Metro merupakan perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro. Pendirian IAIN Metro tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016 yang ditanda tangani oleh Presiden Joko Widodo.

b. Visi Misi IAIN Metro

1) Visi IAIN Metro

Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam Sinergi *Socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

2) Misi IAIN Metro

- a) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat
- b) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- c) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.¹

Berdasarkan visi misi di atas dapat dipahami bahwa, dalam pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata, untuk dapat mewujudkannya secara umum dapat dikatakan bahwa visi dan misi adalah suatu konsep perencanaan yang disertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

¹ www.metrouniv.ac.id, Oktober 2021

2. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan di IAIN Metro pada empat fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah, FUAD, Syariah, dan FEBI. Adapun sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan e-money dengan total 100 Mahasiswa. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan peneliti. Data diperoleh melalui angket untuk masing- masing jawaban akan diberi skor dengan rincian: Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5 , Jawaban setuju (S) diberi skor 4, Jawaban netral (N) diberi skor 3, Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2, Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

a. Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan dari hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang fakultas dari responden yang dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.1

Gambaran Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah Responden	Persentase (%)
Tarbiyah	30	30%
FUAD	15	15%
Syariah	20	20%
FEBI	35	35%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada tabel 4.1, didapatkan informasi bahwa mayoritas responden berasal dari fakultas ekonomi dan bisnis islam dengan jumlah 35 orang atau 35%, sedangkan dari fakultas tarbiyah berjumlah 30 orang atau 30%, dari fakultas syariah berjumlah 20 orang atau 20%,

da dari FUAD berjumlah 15 orang atau 15%.

b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.2
Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	28	28%
Perempuan	72	72%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 72 orang atau 72%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 28 orang atau 28%.

c. Responden Berdasarkan Jangka waktu pemakaian E-money

Berdasarkan dari hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jangka waktu pemakaian e-money dari responden yang dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.3
Gambaran Responden Berdasarkan Jangka waktupemakaian E-Money

Jangka Waktu Pemakaian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Kurang dari 1 Tahun	22	22%
1 Tahun	30	30%
Lebih dari 1 Tahun	48	48%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.3 didapatkan informasi bahwa responden berdasarkan jangka waktu pemakaian e-money kurang dari 1 tahun, sebanyak 22 orang atau 22%. Jangka waktu pemakaian selama setahun berjumlah 30 orang atau 30%, dan jangka waktu pemakaian e-money selama lebih dari satu tahun berjumlah 48 orang atau 48%. Dari data tersebut diperoleh informasi bahwa mayoritas pengguna e-money telah menggunakan e-money dalam jangka waktu lebih dari satu tahun.

3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian, peneliti memperoleh data-data yang berkaitan dengan hubungan penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa di IAIN Metro. Data ini diperoleh melalui proses penyebaran kuesioner melalui google form kepada responden yang merupakan mahasiswa IAIN Metro yang berjumlah 100 orang. Dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden terdiri atas 20 item soal yang terbagi atas dua kategori yaitu, 7 soal digunakan untuk mengetahui tentang variable penggunaan e-money (X) dan 13 soal digunakan untuk mengetahui tentang variable perilaku konsumtif (Y).

Berikut ini adalah analisa terhadap jawaban dari responden, dalam menganalisa variable tersebut harus melalui beberapa tahapan yaitu uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan di kuesioner dapat bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam kuesioner tersebut. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS for Windows ver.20. Uji validitas dilakukan dengan ketentuan signifikansi, yaitu jika nilai signifikan <0.05 dinyatakan valid, dan jika $>0,05$ dinyatakan tidak valid. Dasar pengambilan uji validitas pada penelitian ini adalah:

- 1) Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel
 Jika r hitung > r table : valid
 Jika r hitung < r table : tidak valid
 Nilai r table dengan N=100 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai statistic adalah 0,195
- 2) Melihat nilai signifikansi (sig.)
 Jika nilai sig. < 0,05 : valid,
 Jika nilai sig. > 0,05 : tidak valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

No.	Pearson Correlation	R tabel (0,05;100)	Sig. (2-tailed)	Nilai Sig.	Ket.
X.1	0,644	0,195	0,000	0,05	Valid
X.2	0,485	0,195	0,000	0,05	Valid
X.3	0,445	0,195	0,000	0,05	Valid
X.4	0,501	0,195	0,000	0,05	Valid
X.5	0,624	0,195	0,000	0,05	Valid
X.6	0,552	0,195	0,000	0,05	Valid
X.7	0,578	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.1	0,310	0,195	0,002	0,05	Valid
Y.2	0,438	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.3	0,413	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.4	0,304	0,195	0,002	0,05	Valid
Y.5	0,387	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.6	0,507	0,195	0,000	0,05	Valid

Y.7	0,466	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.8	0,482	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.9	0,379	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.10	0,351	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.11	0,557	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.12	0,470	0,195	0,000	0,05	Valid
Y.13	0,410	0,195	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.4 Uji validitas terhadap 100 responden dengan 20 item pertanyaan dengan menggunakan program SPSS for Windows ver.20 diperoleh hasil uji validitas seluruh item pertanyaan dengan nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05 (5%) dengan r tabel = 0,195 (0,05;100). Dengan demikian seluruh pernyataan yang diuji dapat dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang. Pengambilan uji reliabilitas pada penelitian kali ini dengan menggunakan SPSS for windows ver.20, dengan melakukan uji statistik Alpha Cronbach. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha $>$ 0,06.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Items	Keterangan

Penggunaan E-Money (X)	0,607	7	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,609	13	Reliabel

Berdasarkan table 4.5 Hasil uji reliabilitas untuk seluruh instrumen pernyataan didapatkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruhinstrument pada penelitian dapat dikatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak, dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.39250632
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.048
	Positive	.043
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.478
Asymp. Sig. (2-tailed)		.976

Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan nilai signifikansi $0,976 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai Sig. Deviation from linearity $>0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variable terikat. Dan jika nilai Sig. Deviation from linearity $<0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.7 Uji Linearitas

Deviation from	Sig.
Linearity	0,284

Pada tabel 4.7 Didapatkan nilai Sig. Deviation from Linearity sebesar $0,284 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variable Penggunaan E- Money dengan Perilaku Konsumtif.

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi sederhana dapat dilakukan apabila telah memenuhi syarat yaitu item-item yang dimiliki harus valid dan reliabel, serta normal dan linear. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Jika nilai signifikansi $<0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi $>0,05$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	1750.0439	1	1750.439	150.555	.000

Residual	1139.401	98	11.627		
Total	2889.840	99			

Berdasarkan hasil regresi linear sederhana yang telah dilakukan pada tabel 4.8 diperoleh nilai Signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X yaitu penggunaan e-money berpengaruh terhadap variabel Y yaitu perilaku konsumtif.

f. Uji Korelasi Sederhana

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antarvariabel. Jenis hubungan yang didapat bisa berupa hubungan positif ataupun hubungan negatif. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai Signifikansi $<0,05$ maka dikatakan berkorelasi, jika nilai Signifikansi $>0,05$ maka dikatakan tidak berkorelasi. Adapun pedoman derajat hubungan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Derajat Hubungan Variabel

0,00-0,20	Tidak ada korelasi
0,21-0,40	Korelasi lemah
0,41-0,60	Korelasi sedang
0,61-0,80	Korelasi kuat
0,81-1,00	Korelasi sempurna

Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi Sederhana

		Penggunaan E-Money	Perilaku Konsumtif
Penggunaan E-Money	Pearson	1	.778 ^{**}
	Correlation		.000
	Sig. (2-tailed)	100	100
	N		
Perilaku Konsumtif	Pearson	.778 ^{**}	1
	Correlation	.000	
	Sig. (2-tailed)	1000	100
	N		

Berdasarkan Tabel 4.9 Didapatkan nilai Signifikansi $<0,00$, yang artinya dua variabel berkorelasi. Dan Pearson Correlation sebesar $0,77$ yang artinya derajat korelasi dapat dikatakan kuat dengan bentuk hubungan yang positif antar kedua variabel. Semakin tinggi penggunaan e-money maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif, ataupun semakin rendah penggunaan e-money maka akan semakin rendah perilaku konsumtif.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa IAIN Metro pengguna e-money yang menjadi responden. Berdasarkan hasil karakteristik responden, dari 100 responden, yang telah menggunakan e-money selama jangka waktu kurang dari setahun sebanyak 22 orang (22%), Sebanyak 30 orang (30%) telah menggunakan e-money selama satu tahun, dan mayoritas dari responden telah menggunakan e-money lebih dari satu tahun yaitu sebanyak 48 orang (48%).

Hasil uji validitas yang ada pada Tabel 4.4 diperoleh bahwa hasil uji seluruh item pertanyaan dengan ketentuan nilai r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi $0,05$ (5%) dengan r tabel = $0,195$ ($0,05;100$), menunjukkan bahwa

seluruh item bernilai valid.

Hasil uji realibilitas dengan menggunakan uji cronbach alpha dengan ketentuan item reliabel apabila nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.5 menghasilkan bahwa nilai Cronbach Alpha pada variable Penggunaan e-money adalah sebesar $0,607 > 0,6$ dan nilai Cronbach Alpha pada variabel Perilaku Konsumtif adalah sebesar $0,609 > 0,6$ sehingga dua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas dengan ketentuan dimana jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.6 didapatkan nilai signifikansi $0,976 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas pada Tabel 4.7 Didapatkan nilai Sig. Deviation from Linearity sebesar $0,284 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variable Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif.

Hasil uji regresi linear sederhana pada Tabel 4.8 diperoleh nilai Signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X yaitu penggunaan e-money berpengaruh terhadap variabel Y yaitu perilaku konsumtif.

Hasil uji korelasi sederhana pada Tabel 4.9 didapatkan nilai Signifikansi $< 0,05$, yang artinya dua variabel berkorelasi. Dan Pearson Correlation sebesar 0,77 yang artinya derajat korelasi dapat dikatakan kuat dengan bentuk hubungan yang positif antar kedua variabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan pengujian terhadap 100 responden yang merupakan mahasiswa IAIN Metro sebagai pengguna e-money, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Penggunaan E-Money memiliki hubungandengan Perilaku Konsumtif. Hubungan antara variabel penggunaan e- money dengan variabel perilaku konsumtif terbilang tinggi dan kuat.

Bentuk hubungan antara variabel penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif adalah positif, yang artinya semakin tinggi penggunaan e-money, maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif. Begitupun semakin rendah penggunaan e-money, maka semakin rendah juga perilaku konsumtif.

Pola perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa IAIN Metro berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang merupakan pengguna e-money menunjukkan hasil bahwa sebesar 48% yang merupakan mayoritas atau pengguna terbanyak e-money yang telah memakai uang elektronik dengan jangka waktu lebih dari setahun. Perilaku konsumtif yang didorong oleh tertariknya sebagian besar mahasiswa untuk menggunakan e-money dan mereka menilai pengisian nominal e-money sangatlah mudah sehingga menghasilkan perilaku konsumtif yang sebagian besar memilih untuk melakukan pembelian beli 1 dan dapat gratis 1 serta selalu mencoba produk yang selalu up to date.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan guna menyempurnakan penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi pengguna e-money khususnya ada mahasiswa IAIN Metro, agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik dengan

lebih melakukan pertimbangan dengan melihat fungsi ataupun kegunaan jika membeli barang, mengkonsumsi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan, selalu mendahulukan kebutuhan, dan tetap menggunakan skala prioritas.

2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, agar dapat menggunakan variabel yang beragam dan memperluas responden dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agni, M. K. (2020). *Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Cashless Skripsi* (Universitas Airlangga).
- Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(10), 736-754.
- Almizan. (2016). Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis. *Al- Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(1), 13-30.
- Chandra, B. O. (2016). Consumption Behavior Of University Students In Islamic Economics Perspective. *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 2(1).
- Fatwa DSN No.116/DSN/MUI/IX/2017
- Hendarsyah, D. (2016). Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(1), 1-15.
- Gede, Luh & Nyoman T. (2020) "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". Vol.7, No.2, Desember 2020
- Kurniawan AW & Puspitaningtyas Zarah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016)
- Kurniawan, C. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Vol.13, No.4, 2017
- Kurniawan, R & Budi Y. *Analisis Regresi*. (Jakarta: Kencana 2016)
- Liling, A. (2019). Konsep Utility dalam Perilaku Konsumsi Muslim. *Jurnal*

Balanca. Vol.1, No.1, 2019

Meiliyandrie,L & Rita, A. *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*.

Melis. (2015) Prinsip dan Batasan Konsumsi Islam. *Jurnal Islamic Banking*. Vol.1, No.1, 2015

Mukti, M. S. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Tadris IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Mutia, S. P. T. (2014). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Tingkat Pemahaman Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Padang). *Jurnal Akuntansi*, 2(1).

Pamungkas, G. T. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).

Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2016

Priyanto, D. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2014)

Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam–Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274-284.

Rohmah, F. Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia

Romadhotul, I. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)* (IAIN Purwokerto).

Rorin, Dwi & Susanti. “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”

Siregar, S. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara, 2014)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2019)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*, (Bandung: Alfabeta, 2009),

Suryabrata, S. *Metode Penelitian*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Penerbit NEM.

Wida Wahyuni. (2013). *Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Al-Qur'an*. (Semarang: IAIN Walisongo, 2013)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Outline

OUTLINE

HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah**
- B. Rumusan Masalah**
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**
- D. Penelitian Relevan**

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Uang Elektronik (E-Money)**
 - 1. Pengertian Uang Elektronik**
 - 2. Sejarah Uang Elektronik**
 - 3. Jenis-jenis Uang Elektronik**
 - 4. Manfaat Uang Elektronik**
 - 5. Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik**
- B. Penggunaan E-Money**
 - 1. Minat dalam Menggunakan E-Money**
 - 2. Pemahaman dalam Menggunakan E-Money**
 - 3. Kemanfaatan dalam Menggunakan E-Money**
- C. Perilaku Konsumtif dalam Islam**
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

2. Indikator Perilaku Konsumtif

3. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

D. Hubungan Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif

E. Kerangka Berpikir

F. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

B. Identifikasi Variabel Penelitian

C. Definisi Operasional Variabel

D. Populasi dan Sampel

E. Teknik Pengumpulan Data

F. Instrumen Penelitian

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

2. Uji Asumsi Klasik

3. Analisis Korelasi Sederhana

DAFTAR PUSTAKA

Dosen Pembimbing



Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP.19810828009122003

Metro, Oktober 2021

Mahasiswa Ybs,



Henni Nurhayati

NPM.1704100210

2. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Hubungan Penggunaan E-Money dengan Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)

Assalamualaikum wr.wb

Saya Henni Nurhayati, Mahasiswa program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi untuk mengetahui hubungan penggunaan e-Money dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Metro.

Kuesioner ini ditujukan kepada Mahasiswa IAIN Metro yang menggunakan uang elektronik jenis apapun.

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan tentang penelitian tersebut. Saya sangat mengharapkan ketersediaan saudara dan saudari selaku responden untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Saya sekalian, Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Untuk menjawab pertanyaan di bawah ini, saudara dan saudari dapat mengisi sesuai dengan persepsi pada kolom yang telah disediakan.

Catatan skor untuk variabel penelitian:

SS: Sangat Setuju

S: Setuju

N: Netral

TS: Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Fakultas : TARBIYAH/FUAD/SYARIAH/FEBI

Jenis Kelamin :

Menggunakan E-Money Selama : <1 tahun / 1 tahun / >1 tahun

VARIABEL PENGGUNAAN E-MONEY

No.	Pernyataan tentang Penggunaan E-Money	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan uang elektronik					
2.	Saya tertarik mengajak orang lain menggunakan uang elektronik					
3.	Saya memakai uang elektronik dalam berbagai transaksi					
4.	Saya tertarik dengan promo yang ditawarkan jika menggunakan uang Elektronik					
5.	Saya merasa dimudahkan jika menggunakan uang elektronik					
6.	Saya merasa mudah melakukan pengisian nominal di uang elektronik					
7.	Saya merasa aman jika berbelanja menggunakan uang elektronik					

VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF

No.	Pernyataan tentang Perilaku Konsumtif	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk karena ada iming-iming hadiah					
2.	Saya lebih bersemangat membeli produk beli 1 gratis 1					
3.	Saya akan membeli produk yang kemasannya menarik walaupun tidak terlalu penting					
4.	Saya tidak akan membeli produk jika kemasannya sama sekali tak menarik					
5.	Saya membeli produk demi menunjang penampilan					
6.	Saya membeli produk yang sedang hits agar terlihat up to date					
7.	Saya lebih mempertimbangan merek daripada kegunaan ketika membeli produk					
8.	Saya lebih suka membeli produk dengan merk terkenal					
9.	Saya hanya akan membeli produk yang dipromosikan artis terkenal					
10.	Saya membeli produk karena hasil dari endorse selebgram					
11.	Saya lebih percaya diri jika menggunakan produk mahal					
12.	Saya merasa suka dan istimewa jika menggunakan produk yang memiliki merk terkenal					
13.	Saya sering membeli produk yang sejenis dalam satu waktu					

3. Hasil Kuesioner Penelitian

Penggunaan E-Money (X)

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	JUMLAH
1	5	3	4	4	4	4	4	28
2	4	4	5	3	3	2	5	26
3	3	4	4	4	1	1	5	22
4	5	4	4	5	5	1	4	28
5	5	5	5	5	4	5	5	34
6	5	5	2	4	4	4	4	28
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	3	4	4	4	4	5	5	29
9	5	4	4	4	4	4	4	29
10	3	2	4	3	1	4	2	19
11	3	3	3	3	4	3	3	22
12	4	4	5	4	4	4	4	29
13	4	3	3	3	3	3	3	22
14	4	4	4	4	4	4	3	27
15	5	5	5	4	5	5	5	34
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	5	5	3	4	5	5	4	31
18	4	4	4	5	4	4	4	29
19	4	3	4	4	4	4	4	27
20	4	3	4	5	3	4	4	27
21	3	3	3	3	3	3	3	21
22	4	3	4	4	4	4	4	27
23	3	4	4	4	4	4	4	27
24	5	5	4	5	5	5	5	34
25	4	3	3	3	3	3	3	22
26	4	5	5	4	2	3	3	26
27	5	2	4	4	4	4	4	27
28	3	4	4	3	1	1	4	20
29	4	4	5	4	4	4	4	29
30	5	4	3	4	2	5	2	25
31	5	5	2	4	2	4	3	25
32	2	4	5	2	2	4	3	22
33	5	4	5	5	4	5	4	32
34	4	3	5	4	4	4	4	28
35	4	3	4	4	4	4	3	26

36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	3	4	3	5	2	3	24
38	4	4	3	4	5	4	4	28
39	4	5	4	5	5	5	5	33
40	4	4	4	4	5	5	2	28
41	5	3	5	5	5	5	5	33
42	5	3	5	3	4	1	4	25
43	4	4	5	5	5	5	4	32
44	4	3	4	5	4	4	4	28
45	4	4	4	4	4	4	3	27
46	5	5	3	5	3	5	4	30
47	3	3	3	3	3	3	3	21
48	5	5	3	1	5	5	4	28
49	4	3	2	5	3	2	2	21
50	4	4	5	4	5	5	5	32
51	4	4	4	5	4	4	5	30
52	5	3	5	3	4	4	4	28
53	5	3	5	1	4	5	4	27
54	3	4	5	5	4	2	2	25
55	3	3	4	4	4	4	3	25
56	3	3	3	3	3	3	3	21
57	5	5	3	5	5	5	4	32
58	5	3	3	5	3	4	3	26
59	5	5	2	2	2	5	4	25
60	2	3	3	3	4	2	2	19
61	4	3	3	3	3	3	3	22
62	5	5	5	5	5	5	4	34
63	3	4	4	4	5	4	5	29
64	5	4	5	4	5	5	5	33
65	5	3	5	5	4	5	4	31
66	4	3	5	5	4	4	3	28
67	4	4	4	4	4	4	3	27
68	3	5	3	5	5	2	4	27
69	3	3	4	5	1	4	2	22
70	5	5	3	4	5	5	2	29
71	4	3	4	1	3	5	5	25
72	4	2	2	4	5	5	2	24
73	4	3	4	2	4	4	5	26
74	3	3	3	3	3	5	1	21
75	4	3	4	4	3	4	3	25
76	4	4	5	4	4	4	5	30

77	5	4	4	4	4	3	5	29
78	5	3	4	5	5	3	4	29
79	3	5	5	4	1	4	3	25
80	5	5	4	4	4	4	4	30
81	4	4	4	3	2	5	4	26
82	4	2	4	4	4	5	1	24
83	5	1	3	1	4	5	5	24
84	3	5	4	3	3	4	3	25
85	4	4	2	4	4	4	2	24
86	5	5	5	5	4	5	5	34
87	2	3	3	2	3	4	4	21
88	4	3	4	4	4	4	3	26
89	5	4	3	5	3	5	2	27
90	4	3	4	5	5	4	2	27
91	5	5	3	4	5	5	4	31
92	4	3	4	5	3	5	5	29
93	4	2	4	4	5	5	5	29
94	3	3	3	5	3	3	5	25
95	3	3	5	3	3	4	4	25
96	5	4	4	5	3	5	4	30
97	4	3	4	4	4	4	4	27
98	4	3	4	4	4	2	3	24
99	5	5	3	2	5	5	3	28
100	5	3	5	5	5	5	4	32
JUMLAH	409	367	388	388	376	397	366	2691

22	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	51
23	3	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	53
24	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	59
25	5	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	42
26	5	4	3	4	4	3	3	5	5	4	2	4	3	49
27	1	5	1	3	5	4	5	2	4	4	4	1	4	43
28	2	3	3	5	3	1	1	4	4	3	1	1	4	35
29	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	54
30	5	5	3	3	3	5	4	4	3	4	2	3	2	46
31	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	41
32	5	2	5	1	4	4	5	4	5	2	2	4	3	46
33	4	5	1	5	4	5	2	4	5	5	4	2	4	50
34	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	52
35	2	4	4	5	2	4	1	3	4	4	4	4	3	44
36	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	53
37	5	4	4	5	1	2	3	3	4	3	5	4	3	46
38	3	4	5	5	2	4	3	4	3	4	5	2	4	48
39	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	63
40	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	2	50
41	3	5	3	5	5	5	1	3	5	5	5	4	5	54
42	3	5	3	5	2	1	5	3	5	3	4	5	4	48
43	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	55
44	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	46
45	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	52
46	3	5	4	1	4	5	4	5	3	5	3	5	4	51

47	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	1	3	38
48	4	5	4	5	4	5	3	5	3	1	5	2	4	50
49	4	4	4	3	3	2	3	3	2	5	3	3	2	41
50	1	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	54
51	4	4	2	4	1	4	3	4	4	5	4	3	5	47
52	4	5	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	54
53	3	5	4	4	4	5	4	3	5	1	4	4	4	50
54	4	3	4	4	4	2	4	4	5	5	4	2	2	47
55	2	3	4	5	5	4	2	3	4	4	4	2	3	45
56	5	3	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	46
57	4	5	4	3	2	5	5	5	3	5	5	3	4	53
58	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	3	4	3	49
59	4	5	3	5	5	5	5	5	2	2	2	3	4	50
60	5	2	4	4	2	2	5	3	3	3	4	4	2	43
61	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	43
62	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	60
63	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	55
64	3	5	3	3	5	5	3	4	5	4	5	2	5	52
65	4	5	4	5	3	5	3	3	5	5	4	2	4	52
66	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	3	53
67	4	4	3	4	1	4	1	4	4	4	4	3	3	43
68	3	3	3	3	5	2	5	5	3	5	5	4	4	50
69	4	3	2	3	4	4	2	3	4	5	1	3	2	40
70	4	5	4	1	2	5	4	5	3	4	5	4	2	48
71	4	4	3	4	5	5	4	3	4	1	3	4	5	49

72	4	4	3	3	5	5	5	2	2	4	5	5	2	49
73	4	4	4	5	3	4	5	3	4	2	4	3	5	50
74	4	3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	1	44
75	3	4	2	5	5	4	4	3	4	4	3	5	3	49
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	52
77	3	5	3	3	2	3	5	4	4	4	4	3	5	48
78	2	5	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	50
79	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	1	1	3	45
80	2	5	3	2	3	4	2	5	4	4	4	4	4	46
81	3	4	2	4	5	5	3	4	4	3	2	3	4	46
82	3	4	4	4	2	5	5	2	4	4	4	4	1	46
83	3	5	1	4	3	5	3	1	3	1	4	4	5	42
84	4	3	4	4	1	4	5	5	4	3	3	4	3	47
85	5	4	5	5	5	4	5	4	2	4	4	4	2	53
86	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	55
87	4	2	5	5	5	4	5	3	3	2	3	1	4	46
88	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	45
89	4	5	4	5	2	5	4	4	3	5	3	5	2	51
90	5	4	3	5	2	4	5	3	4	5	5	3	2	50
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	63
92	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	3	3	5	51
93	4	4	4	4	1	5	3	2	4	4	5	2	5	47
94	3	3	1	2	5	3	3	3	3	5	3	3	5	42
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	51
96	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	53

97	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	51
98	4	4	5	4	4	2	5	3	4	4	4	4	3	50
99	3	5	4	4	5	5	4	5	3	2	5	4	3	52
100	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	58

4. Hasil Pengujian SPSS

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Variabel Penggunaan E-Money (X)

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	Total
X.1	Pearson Correlation	1	.247*	.044	.207*	.388**	.388**	.258**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.013	.661	.039	.000	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.247*	1	.014	.199*	.097	.159	.198*	.485**
	Sig. (2-tailed)	.013		.893	.047	.339	.114	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.044	.014	1	.180	.113	.063	.362**	.445**
	Sig. (2-tailed)	.661	.893		.073	.262	.534	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.207*	.199*	.180	1	.217*	.053	.039	.501**
	Sig. (2-tailed)	.039	.047	.073		.030	.601	.703	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.388**	.097	.113	.217*	1	.265**	.236*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.339	.262	.030		.008	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.6	Pearson Correlation	.388**	.159	.063	.053	.265**	1	.123	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000	.114	.534	.601	.008		.223	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X.7	Pearson Correlation	.258**	.198*	.362**	.039	.236*	.123	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.009	.048	.000	.703	.018	.223		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.644**	.485**	.445**	.501**	.624**	.552**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.607	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	22.8200	10.331	.483	.523
X.2	23.2400	11.134	.266	.587
X.3	23.0300	11.464	.231	.597
X.4	23.0300	10.817	.252	.594
X.5	23.1500	9.806	.396	.541
X.6	22.9400	10.360	.302	.577
X.7	23.2500	10.270	.349	.560

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Total
Y.1 Pearson Correlation	1	.332**	.278**	.223*	-.086	.143	-.129	.132	-.057	.018	-.025	.022	-.143	.310**
Y.1 Sig. (2-tailed)		.001	.005	.026	.394	.156	.202	.190	.576	.857	.804	.831	.156	.002
Y.1 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2 Pearson Correlation	.332**	1	.299**	.032	.117	.249*	-.009	.129	-.034	-.019	.139	.045	-.005	.438**
Y.2 Sig. (2-tailed)	.001		.003	.749	.248	.013	.933	.202	.736	.853	.168	.659	.963	.000
Y.2 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3 Pearson Correlation	.278**	.299**	1	.089	.051	.263**	-.110	.163	.016	.024	.226*	.061	-.103	.413**
Y.3 Sig. (2-tailed)	.005	.003		.381	.615	.008	.275	.105	.871	.812	.024	.546	.310	.000
Y.3 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4 Pearson Correlation	.223*	.032	.089	1	.050	-.032	.078	-.038	.069	-.068	.146	.031	.053	.304**
Y.4 Sig. (2-tailed)	.026	.749	.381		.619	.754	.442	.710	.493	.503	.148	.756	.598	.002
Y.4 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5 Pearson Correlation	-.086	.117	.051	.050	1	.103	.054	.162	.073	-.001	-.024	.273**	.169	.387**
Y.5 Sig. (2-tailed)	.394	.248	.615	.619		.310	.597	.108	.468	.995	.810	.006	.093	.000
Y.5 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6 Pearson Correlation	.143	.249*	.263**	-.032	.103	1	.175	.149	.154	.117	.289**	.103	.019	.507**
Y.6 Sig. (2-tailed)	.156	.013	.008	.754	.310		.082	.140	.125	.248	.004	.309	.853	.000
Y.6 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7 Pearson Correlation	-.129	-.009	-.110	.078	.054	.175	1	.234*	.133	.195	.395**	.390**	.280**	.466**
Y.7 Sig. (2-tailed)	.202	.933	.275	.442	.597	.082		.019	.186	.052	.000	.000	.005	.000
Y.7 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8 Pearson Correlation	.132	.129	.163	-.038	.162	.149	.234*	1	.100	.193	.135	.161	.219	.482**
Y.8 Sig. (2-tailed)	.190	.202	.105	.710	.108	.140	.019		.324	.054	.181	.110	.029	.000
Y.8 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9 Pearson Correlation	-.057	-.034	.016	.069	.073	.154	.133	.100	1	.202	.119	.088	.355**	.379**
Y.9 Sig. (2-tailed)	.576	.736	.871	.493	.468	.125	.186	.324		.044	.240	.381	.000	.000
Y.9 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10 Pearson Correlation	.018	-.019	.024	-.068	-.001	.117	.195	.193	.202	1	.217*	.053	.042	.351**
Y.10 Sig. (2-tailed)	.857	.853	.812	.503	.995	.248	.052	.054	.044		.030	.598	.677	.000
Y.10 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.11 Pearson Correlation	-.025	.139	.226*	.146	-.024	.289**	.395**	.135	.119	.217*	1	.185	.280**	.557**
Y.11 Sig. (2-tailed)	.804	.168	.024	.148	.810	.004	.000	.181	.240	.030		.065	.005	.000
Y.11 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.12 Pearson Correlation	.022	.045	.061	.031	.273**	.103	.390**	.161	.088	.053	.185	1	.123	.470**
Y.12 Sig. (2-tailed)	.831	.659	.546	.756	.006	.309	.000	.110	.381	.598	.065		.223	.000
Y.12 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.13 Pearson Correlation	-.143	-.005	-.103	.053	.169	.019	.280**	.219	.355**	.042	.280**	.123	1	.410**
Y.13 Sig. (2-tailed)	.156	.963	.310	.598	.093	.853	.005	.029	.000	.677	.005	.223		.000
Y.13 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.310**	.438**	.413**	.304**	.387**	.507**	.466**	.482**	.379**	.351**	.557**	.470**	.410**	1
Total Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Total N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	45.2600	26.942	.144	.608
Y.2	45.2400	25.194	.252	.589
Y.3	45.3000	25.889	.255	.589
Y.4	45.1500	26.856	.116	.615
Y.5	45.3300	25.698	.185	.604
Y.6	45.4600	24.473	.338	.571
Y.7	44.8800	25.763	.335	.577
Y.8	45.3000	25.343	.341	.574
Y.9	45.0700	26.490	.237	.592
Y.10	45.0700	26.369	.172	.604
Y.11	45.1700	24.183	.409	.559
Y.12	44.9900	24.939	.296	.580
Y.13	45.3000	25.747	.238	.592

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.39250632
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.043
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.478
Asymp. Sig. (2-tailed)		.976

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan E-Money	Between Groups	(Combined)	1928.794	14	137.771	12.185	.000
		Linearity	1750.439	1	1750.439	154.818	.000
		Deviation from Linearity	178.355	13	13.720	1.213	.284
	Within Groups		961.046	85	11.306		
	Total		2889.840	99			

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1750.439	1	1750.439	150.555	.000 ^b
	Residual	1139.401	98	11.627		
	Total	2889.840	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan E-Money

UJI KORELASI SEDERHANA

Correlations

		Penggunaan E-Money	Perilaku Konsumtif
Penggunaan E-Money	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

5. Tabel r

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3312/In.28.1/J/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Selvia Nuriasari (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **HENNI NURHAYATI**
NPM : 1704100210
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 Oktober 2021
Ketua Jurusan
Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP 19920829 201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3356/In.28/D.1/TL.00/10/2021
Lampiran :-
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
REKTOR IAIN METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3355/In.28/D.1/TL.01/10/2021,
tanggal 27 Oktober 2021 atas nama saudara:

Nama : **HENNI NURHAYATI**
NPM : 1704100210
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di IAIN METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "HUBUNGAN PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 Oktober 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1286/In.28/S/U.1/OT.01/11/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100210

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 26 November 2021
Kepala Perpustakaan



As'ad

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Hubungan Penggunaan E-Money Dengan Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 10%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 2 Desember 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS

NPM : 1704100210

Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu, 17 November 2021	Bimbingan skripsi BAB 4-5 Acc skripsi	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 11 Oktober 2021	Bimbingan Skripsi, APD/Kuesioner dan Outline Teori dilengkapi	
	Selasa 12 10 2021	Acc skripsi Acc apd dan outline	

Dosen Pembimbing,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu, 15 September 2021	Bimbingan Skripsi Revisi teori: perilaku konsumtif islam dalam islam, disitu belum terlihat islamnya	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003



Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis, 9 September 2021	Bimbingan skripsi jelaskan tt penggunaan emoney Di kalangan mhs yang menggambarkan mhs tsb konsumtif Revisi teori : emoney dan penggunaan emoney Perilaku konsumtif dalam Islam	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 10 Agustus	Revisi lbm : belum dijelaskan fenomena perila Konsumtif di kalangan mhsw iain metro	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 6 Agustus 2021	Pendalaman Bab 1-3 Revisi lbn	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,



Selvia Nuriyasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003



Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 9/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 23 Juli 2021	<p>Pendalaman bab 1-3</p> <p>-Cover diganti menjadi skripsi, bukan proposal -Kata pengantar diubah spt format kata pengantar untuk skripsi -Buat outline -Revisi LBM -Revisi teori tentang perilaku konsumtif Islam</p>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati
NPM : 1704100210

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS
Semester/TA : 8/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 12 Juli 2021	<p>Pendalaman bab 1-3</p> <ol style="list-style-type: none">1. Lbm : masukkan hasil wawancara an da ke mshw tt Penggunaan Emoney dikalangan mh w dan perilaku konsumtif yg berkaitan dg pengguna n emoney. Dr s nalah Anda akan menemukan mslh2 yg be kaitan dg judul y Anda angkat2. Pertanyaan penelitian : bgmnkah hu antara emoney Dg perilaku konsumtif ... ?3. Penelitian relevan : gunakan saja ta el, tdk perlu dob l4. Teori :<ol style="list-style-type: none">a. Emoney (referensi utama ke pera uran bi)b penggunaan emoney (masukkan i dikator2nya)c. Perilaku konsumtif perspektif Isla (masukkan indikator2nya)d hub penggunaan emoney dg perili ku konsumtif5. Metopen :<ol style="list-style-type: none">a. Footnote jgn lupab. Referensi maks 3c. Teori korelasi sederhana dilengka id. Standar di setiap uji wajib ada	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS

NPM : 1704100210

Semester/TA : 8/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	11 juni 2021	ttd nodis dan pengesahan sempro	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Fax (0725) 47296; Website : www.febi.metrouniv.ac.id Email : febi.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Henni Nurhayati

Fakultas/Jurusan: FEBI/S1 PBS

NPM : 1704100210

Semester/TA : 8/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	7 juni 2021	acc proposal, segera urus sidan	

Dosen Pembimbing,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Henni Nurhayati
NPM. 1704100210

RIWAYAT HIDUP



Henni Nurhayati dilahirkan di Gunung Sugih, Kecamatan Gunung Sugih, Kabupaten Lampung Tengah pada 18 Mei 1999. Peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Hanafi dan Ibu Sugiyati, serta adik dari Syaiful Badri dan Nurlailasari. Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SDN 1 Gunung Sugih pada tahun 2011, SMPN 1 Gunung Sugih pada tahun 2014 dan SMAN 1 Gunung Sugih pada tahun 2017.

Kemudian pada tahun 2017 peneliti melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah. Pada akhir masa perkuliahan, peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul “HUBUNGAN PENGGUNAAN E-OMEY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA IAIN METRO)”