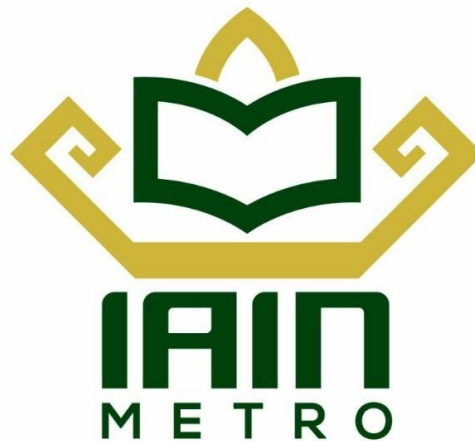


SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN
QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH**

Oleh:

**RENDI FERDIANSYAH
NPM. 2003022020**



**Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN
QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH**

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

Oleh:
RENDI FERDIANSYAH
NPM. 2003022020

Pembimbing : M.Ryan Fahlevi,S.E.,M.M

Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Isla

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

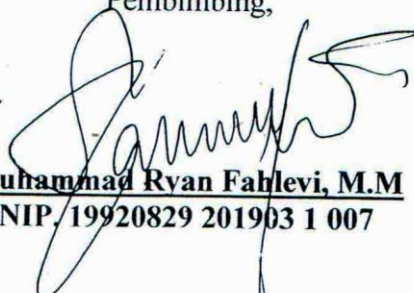
Nama : RENDI FERDIANSYAH
NPM : 2003022020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN
QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 26 Januari 2024
Pembimbing,


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

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN
QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH

Nama : RENDI FERDIANSYAH

NPM : 2003022020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 26 Januari 2024
Pembimbing,


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



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iaimetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0717/ln.28.3/D/PP-00-9/03/2024.....

Skripsi dengan Judul : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH, Disusun Oleh: RENDI FERDIANSYAH, NPM. 2003022020, Jurusan Perbankan Syariah (PBS) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Kamis/ 22 Februari 2024.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M (.....)
Penguji I : Esty Apridasari, M.Si (.....)
Penguji II : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I (.....)
Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.,Sy (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH

Oleh :

**Rendi Ferdiansyah
NPM. 2003022020**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan teknologi yang pesat pada sebuah sistem pembayaran yang biasanya dapat dilakukan dengan cara tunai kini dapat dilakukan melalui sistem non tunai *E-Money* dan QRIS. Praktis dan mudahnya pada penggunaan sistem *E-Money* dan QRIS yang dirasakan oleh mahasiswa perbankan syariah ternyata dapat merubah sebuah perilaku yang cenderung negative. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan dalam Penggunaan *E-Money* dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis penelitian data yang dikumpulkan berupa angka- angka data berasal dari dokumentasi dan angket atau Quisioner menggunakan skala *Likert*. Kemudian mahasiswa perbankan syariah sebagai populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Quota Sampling* pengumpulan sampel atau data dengan cara menentukan jumlah subjek yang akan diteliti sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan seperti mahasiswa yang menggunakan uang elektronik dan QRIS. Penelitian menggunakan rumus Yamane dan Isacc and Micahel untuk menentukan besaran jumlah sampel dan didapatkan sebanyak 148, kemudiann peneliti mengerucutkan yakni diambil 25% dari jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 37responden yang kemudian data diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS 26 For Windows. Penelitian ini melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji parsial (uji t) uji simultan (uji f).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan X1 berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $0.29 < 0.05$, variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sig $0.040 < 0.05$ dan variabel persepsi kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh secara bersama-sama dengan nilai $0.000 < 0.05$

Kata Kunci : Kemudahan, Kemanfaatan, Perilaku Konsumtif

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RENDI FERDIANSYAH

NPM : 2003022020

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 26 Januari 2024
Yang Menyatakan



Rendi Ferdiansyah
NPM. 2003022020

MOTTO

الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدَّ جَمَعُوا لَكُمْ فَآخْشَوْهُمْ فَزَادَهُمْ إِيمَانًا
وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

Artinya: “(yaitu) mereka yang (ketika ada) orang-orang mengatakan kepadanya, “Sesungguhnya orang-orang (Quraisy) telah mengumpulkan (pasukan) untuk (menyerang) kamu. Oleh karena itu, takutlah kepada mereka,” ternyata (ucapan) itu menambah (kuat) iman mereka dan mereka menjawab, “Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baik pelindung.”

(Q.S Al-Imran:173)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta keridhaan-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shawatil serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini peneliti persembahkan kepada:

1. Untuk (Alm) Ayahanda Alamsyah selaku orang tua saya yang sudah meninggal ketika saya masih menempuh pendidikan di bangku kuliah semester 1, Semoga Beliau bangga dengan perjuangan anaknya! Serta Untuk Ibunda saya, Ibu Suharwati yang selama ini selalu memberikan dukungan do'a secara lahir dan batin.
2. Untuk kakak-kakak saya yang selalu pengarahan dan motivasi, Terimakasih.
3. Untuk Bapak dan Ibu Dosen se-naungan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan. Khusus untuk Bapak M.Ryan Fahlevi,S.E,M.M selaku dosen pembimbing dalam penelitian yang selalu sabar memberikan arahan dan motivasi, Terimakasih.
4. Untuk Sahabat-Sahabat saya semua yang mengenal saya, Terimakasih telah menjadi sahabat-sahabat terbaik untuk saya. Khusus untuk sahabat-sahabat Squad Impossible sahabat yang selalu memberikan pertolongan dan motivasi sekaligus sahabat perjuangan, Terimakasih untuk kalian "Kalian Hebat".
5. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil Alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dimana atas anugerahnya, sehingga peneliti dapat menuntaskan penyusunan Skripsi ini. Skripsi ini merupakan suatu bagian dari persyaratan guna menyelesaikan pembelajaran di Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam proses penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah memperoleh bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, hingga pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang tiada tara kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah, serta selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.
4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan sarana prasaranan selama peneliti menempuh Pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga Skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, 26 Januari 2024
Peneliti,



RENDI FERDIANSYAH
NPM. 2003022020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
F. Penelitian Relevan.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
B. Presepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	16
C. Presepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	18
D. <i>E-Money</i>	19
E. QRIS.....	21
F. Perilaku Konsumtif	22
G. Hipotesis.....	28
H. Kerangka Berpikir	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	32
B. Definisi Operasional Variabel	33
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Instrumen Penelitian.....	39
F. Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jurusan S1 Perbankan Syariah	48
1. Sejarah Singkat Jurusan S1 Perbankan Syariah.....	48
2. Visi dan Misi Jurusan S1 Perbankan Syariah.....	50
3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	51
B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	52
C. Hasil Analisis Data	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik	61
4. Analisis Regresi Berganda	63
5. Pengujian Hipotesis.....	64
D. Pembahasan.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia.....	4
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian.....	33
Tabel. 3.2 Jumlah Populasi	38
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Variabel Penelitian	40
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen.....	40
Tabel 4.1 Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel	52
Tabel 4.2 Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel	54
Tabel 4.3 Jumlah Jawaban Hasil Responden Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel	55
Tabel 4.4 Penyebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.5 Penyebaran Responden Berdasarkan Angkatan	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4.11 Analisis Uji Regresi Berganda.....	63
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji T).....	64
Tabel 4.13 Uji Sumultan	65

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
9. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangannya zaman yang maju membuat gaya hidup manusia selalu mengalami berbagai perubahan dalam mencukupi kebutuhannya, hal ini karena adanya kemudahan yang ditawarkan dari perkembangan teknologi dalam memenuhi kebutuhan manusia termasuk kebutuhan gaya hidup.

Gaya hidup sendiri merupakan sebuah pola hidup yang menentukan tentang perilaku seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang dan energi serta merefleksikan nilai-nilai rasa dan kesukaan. Dalam konsep gaya hidup seseorang akan berupaya menjalankan konsep dirinya yang telah ditentukan oleh karakteristik pada setiap masing-masing individu seseorang, yang telah terbangun dan terbentuk sejak lahir serta seiring dengan berjalanya waktu interaksi sosial pada siklus kehidupan.¹

Pengelolaan keuangan untuk memenuhi gaya hidup yang kurang baik tentu akan menimbulkan berbagai macam dampak negatif yang didapatkan dari seseorang itu sendiri, seperti terjadinya sifat pemborosan dan in-efisiensi biaya, secara psikologis tentu gaya hidup yang cenderung konsumtif. Perilaku konsumtif adalah tindakan yang sifatnya hanya mengonsumsi, memakai dan tidak menghasilkan sendiri atau bisa didefinisikan sering membelanjakan

¹ Lestari Wuryanti & Yeni Zahara, Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung, Jurnal riset akuntansi dan manajemen, 2019. Hal 1-9

uang tanpa adanya pertimbangan yang baik dan matang. Sedangkan menurut Sumartono menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi hanya untuk tujuan memenuhi keinginan semata yang dilakukan secara terus menerus sehingga menimbulkan sifat pemborosan dan inefisiensi biaya baik dari pembelian barang maupun jasa.²

Perilaku konsumtif bisa terjadi pada berbagai aspek kalangan dan tingkat usia salah satunya termasuk lingkungan mahasiswa, Tindakan perilaku konsumtif yang biasa terjadi pada mahasiswa yaitu seperti melakukan pembelian barang secara berlebihan seperti pakaian, tas, aksesoris dan lain sebagainya. Tindakan perilaku konsumtif ini juga selaras dengan pandangan islam mengenai perilaku yang berlebihan seperti yang telah dijelaskan dalam (Q.S Al-A'raaf ayat 31).

﴿يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا
اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: *Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebihan.* (Q.S. Al-A'raf : 31).

Salah satu tindakan yang mempengaruhi perilaku konsumsi pada kalangan mahasiswa adalah munculnya sebuah teknologi pada layanan transaksi pembayaran seperti *e-money* dan QRIS. *E-money* merupakan alat pembayaran dalam bentuk produk yang dapat disimpan, memberikan nilai

² Eni Nur Aini and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8.1 (2020), 17.

atau produk prabayar dimana rekor dari dana atau nilai yang tersedia untuk konsumen disimpan dalam media elektronik tertentu, media elektronik untuk menyimpan nilai uang dapat berupa chip atau server. Sedangkan (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sendiri merupakan kesatuan berbagai macam *QR* dari berbagai pihak penerbit atau penyelenggara jasa sistem pembayaran yang menggunakan sistem *QR Code*.³

Kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-money* dan QRIS akan mempengaruhi minat penggunaannya. Dalam hal ini ketika sebuah produk mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari maka kemungkinan besar minat mahasiswa atas produk tersebut. Begitu pula dengan *e-money* dan QRIS, ketika sistem ini mudah dipakai serta memiliki manfaat yang sangat membantu konsumen dalam kegiatan transaksi maka keputusan mahasiswa dalam penggunaan *e-money* dan QRIS juga tinggi.

Berkaitan dengan itu mahasiswa akan lebih mudah melihat produk dan jasa yang ditawarkan secara online dan membuat niat dan minat konsumen untuk membeli tanpa memikirkan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut atau dengan kata lain membeli berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Hal ini mudah untuk dikendalikan dengan melihat tingkat prioritas kebutuhan masing-masing orang dan seberapa penting menempatkan sesuatu sesuai dengan kebutuhan hidup tetapi bukan perihal gaya hidupnya. Untuk kedepannya kebiasaan dan gaya hidup seseorang juga dapat berubah dalam

³ <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

waktu yang singkat, mengarah pada kehidupan yang mewah dan kecenderungan yang berlebihan, dan akhirnya pada perilaku konsumtif.

Hadirnya *E-Money* dan QRIS sebagai uang non tunai tentunya menghadirkan sisi efek yang berbeda yang akan dirasakan oleh mahasiswa pada umumnya sebagai nasabah e-cash. Efek baik menggunakan e-cash, ada berbagai keuntungan yang bisa dirasakan oleh nasabah e-cash, diantaranya adalah mahasiswa tidak perlu menyiapkan uang tunai, mahasiswa tidak perlu membawa banyak uang saat berbelanja, membayar cicilan karena lebih mudah dilakukan kapanpun, dimanapun. Namun kenyamanan dalam melakukan transaksi dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) dan QRIS justru akan berdampak buruk pada aktivitas seseorang, apalagi mahasiswa dalam membelanjakan uangnya seperti ketika berbelanja *online shopping*, membeli makan ataupun memakai transaksi pada sebuah jasa.⁴

Berikut adalah data jumlah uang elektronik yang telah beredar di Indonesia pada tahun 2015 - 2021.

Tabel 1.1
Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia

Periode	Jumlah Instrumen
Tahun 2015	34,314,795
Tahun 2016	51,204,580
Tahun 2017	90,003,848
Tahun 2018	167,205,578
Tahun 2019	292,299,320
Tahun 2020	432,281,380
Tahun 2021	575,323,419

Sumber Data: Bank Indonesia

⁴ Zakhariantara Ginting, Syaipan Djambak, and Mukhlis Mukhlis, 'Dampak Transaksi Non Tunai Terhadap Perputaran Uang Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16.2 (2019), 44–55.

Berdasarkan data tabel 1.1 peredaran uang elektronik dari tahun 2015 sampai tahun 2021 terus mengalami peningkatan tiap tahunnya, dimana pada tahun 2021 penyebaran uang elektronik (*e-money*) merupakan tahun tertinggi penyebarannya.⁵ Hal tersebut juga di iringi dengan semakin banyaknya penggunaan terhadap QRIS (*Quick Response Indonesian Standart*) yang selalu meningkat dengan jumlah penggunanya sejak diresmikanya, bahkan Bank Indonesia sendiri telah mencatat peningkatan jumlah pengguna QRIS di Indonesia mencapai 28,75 juta hingga akhir desember 2022 dari 14,94 juta pengguna di bulan januari tahun 2022.⁶

Dengan adanya peningkatan yang begitu signifikan terhadap penggunaan uang elektronik (*e-money*) dan QRIS akibat adanya kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan, ternyata hal ini berdampak pada kalangan mahasiswa terlebih khusus mahasiswa S1-Perbankan Syariah mulai dari Angkatan 2020,2021 dan 2022 berjumlah 235 mahasiswa atau mahasiswi yang ada di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro. Banyaknya penggunaan terhadap uang elektronik (*e-money*) dan QRIS dilingkungan mahasiswa S1-Perbankan Syariah IAIN Metro ternyata membawa dampak yang negative, hal ini dikarenakan adanya kemudahan dan kemanfaatan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) dan QRIS. Dimana mahasiswa atau mahasiswi tersebut kini perlahan-lahan telah beralih

5

https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/_layouts/15/download.aspx?SourceUrl=https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/Lists/Uang%20Elektronik%20Jumlah%20Beredar/Attachments/13/Jumlah_Uang_Elektronik_Beredar_2021.pdf

⁶ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/uang-elektronik-yang-beredar-tembus-772-juta-unit-pada-november-2022>

dalam melakukan transaksi pembayaran melalui uang elektronik dan QRIS untuk mencukupi semua kebutuhan dalam berbelanja, membeli makanan sampai transaksi jasa. Hal ini tentu akan membuat sebuah pola perilaku konsumtif yang cenderung negatif.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menggunakan persepsi kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Shopeepay telah dilakukan oleh Martha Pakpahan, Ali Mujahidin dan Dwi Erna Novianti mahasiswa Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam penelitian ini memberikan hasil persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan ShopeePay.⁷

Sedangkan penelitian terdahulu yang menggunakan persepsi manfaat Pada Penggunaan Sitem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah LINKAJA juga telah dilakukan oleh Putri Ananda mahasiswa Institut Agama Islam Tazkia, dengan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Layanan Syariah LinkAja.⁸

Hal ini juga diperkuat oleh berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan terhadap 5 mahasiswa S1-Perbankan Syariah IAIN Metro dari angkatan 2020 atas nama Muhammad Zen, Adistiani Fatika Sari dan Ajeng Galuh Pangesti, angkatan 2021 Faqih Dwi Prayoga dan Mahasiswa

⁷ Seminar Nasional and Ikip Pgri Bojonegoro, 'Prosiding', 1, 2023.

⁸ Putri Ananda and Aminah Nuriyah, 'Determinan Minat Generasi Milenial Pada Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah Linkaja', *Journal of Sharia Economics*, 4.1 (2023), 53–66.

angkatan 2022 atas nama Dicki Mahendra, dalam hasil wawancara tersebut mahasiswa angkatan 2020 Muhamad Zen mengatakan alasan yang telah membuat dirinya menggunakan uang elektronik ataupun QRIS adalah karena sistem yang mudah, fleksibel dan tidak repot karena membawa uang dalam jumlah besar kemana-mana pada saat melakukan transaksi belanja di *Online Shopping* seperti belanja baju, sepatu, tas, paket data atau pulsa dan kebutuhan lainnya. Selain itu juga dirinya mengatakan bahwa saat ini ia menggunakan QRIS pada aplikasi M-Banking BRI yang kurang lebih selama 3 tahun, namun setelah menggunakan QRIS dirinya juga mengungkapkan terdapat perubahan perilaku cenderung boros dalam menggunakan uang karena selalu ada transaksi setiap bulanya seperti membeli barang karena suatu merk, membeli barang karena ikut tren dan suatu iklan.⁹

Hasil pada saat wawancara yang dilakukan kepada Mahasiswi angkatan 2020 atas nama Adistiani Fatika Sari mengatakan alasan dirinya menggunakan QRIS adalah karena sistem yang praktis atau fleksibel, mudah, tidak ribet ketika melakukan transaksi belanja baju di Mall, Makan dan lain-lain. Dirinya juga mengatakan QRIS yang dipakai adalah jenis M-Banking BNI Mobile sekitar 2 tahun, setelah menggunakan QRIS ia juga mengungkapkan terdapat perilaku yang lebih boros karena dirinya tidak pernah memegang uang cash dalam melakukan setiap transaksi, selain itu juga perilaku yang ditimbulkan dalam melakukan transaksi QRIS adalah

⁹ Wawancara Kepada Muhammad Zen Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2020

membeli barang karena merk, tren dan iklan.¹⁰ Hasil serupa dengan wawancara mahasiswi angkatan 2020 atas nama Ajeng Galuh Pangesti dirinya mengungkapkan bahwa lebih praktis menggunakan uang elektronik dan QRIS, yang dapat mempermudah untuk belanja di shopee membeli tiket bioskop, secara online dan membeli pulsa. Dirinya juga mengatakan menggunakan QRIS jenis M-Banking Brimo, Adapun dampak yang dia rasakan setelah menggunakan QRIS dampaknya adalah sedikit boros karena melakukan transaksi lebih mudah tidak perlu keluar ruma dan juga perilaku yang ditimbulkan dalam melakukan transaksi QRIS adalah membeli barang karena tren dan iklan.¹¹

Sedangkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa angkatan 2021 atas nama Faqih Dwi Yoga memberikan alasan menggunakan *e-money* ataupun QRIS karena dapat menghemat waktu seperti belanja baju, tas dan sepatu pada saat transaksi online di Lazada dan Shoppe. Jenis *e-money* yang digunakan adalah aplikasi Dana yang kurang lebih 1 tahun. Namun dirinya juga mengungkapkan belum adanya perubahan yang sangat signifikan ketika menggunakan *e-money* meskipun dirinya juga mengungkapkan pernah belanja membeli barang karena suatu iklan.¹² Sedangkan hasil wawancara dengan mahasiswa angkatan 2022 atas nama Dicki Mahendra dirinya mengatakan menggunakan *e-money* dan QRIS

¹⁰ Wawancara Kepada Adistiani Fatika Sari Mahasiswa Jurusan Perbankan Sayriah Angkatan 2020

¹¹ Wawancara Kepada Ajeng Galuh Pangesti Mahasiswa Jurusan Perbankan Sayriah Angkatan 2020

¹² Wawancara Kepada Faqih Dwi Yoga Mahasiswa Jurusan Perbankan Sayriah Angkatan 2021

karena fitur yang mudah pada saat transaksi belanja membeli sepatu, tas, sparpact motor dan sepatu. Namun dirinya juga mengungkapkan adanya perubahan perilaku dalam berbelanja ketika menggunakan QRIS yang selama kurang lebih 2,5 tahun , dirinya juga mengungkapkan pernah belanja membeli barang karena suatu merk dan iklan.¹³

Melihat fenomena tersebut dengan adanya perkembangan teknologi yang begitu cepat terhadap kemajuan bidang keuangan, tentu harus disikapi secara baik dan bijak dalam pengelolaanya. Kemudahan dan Manfaat yang ditawarkan oleh uang elektronik dan QRIS sendiri dalam bertransaksi tentu akan tidak terasa jika digunakan secara terus-menerus karena sejatinya mahasiswa atau mahasiswi saat ini ketika melakukan pembelian barang ataupun jasa mereka lebih mementingkan kemudahan atau tidak mau ribet. Jika hal tersebut terus berlangsung maka tidak menutup kemungkinan maka sikap perilaku konsumen yang terjadi dikalangan mahasiswa atau mahasiswi akan berpotensi lebih kearah perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas yang telah disajikan oleh peneliti maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Dalam Penggunaan Uang Elektronik *E-Money* dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah.**

¹³ Wawancara Kepada Dicki Mahendra Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2022

B. Identifikasi Masalah

1. Perkembangan teknologi yang pesat kini telah merubah sistem pembayaran yang biasanya dilakukan dengan uang tunai kini bisa dilakukan dengan sistem non tunai (uang elektronik dan QRIS) melalui media teknologi.
2. Mudah dan praktisnya sistem uang elektronik ini membawa perubahan pola perilaku di lingkungan masyarakat tak terkecuali kalangan pelajar/mahasiswa.
3. Pemanfaatan uang elektronik yang kurang bijak sehingga pola perilaku negatif dilakukan secara terus menerus.

C. Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan diatas yang akan dibahas, maka peneliti memberikan batasan terhadap penelitian ini baik dalam ruang lingkup, uang elektronik dan QRIS sendiri. Tujuannya adalah supaya penelitian yang dilakukan lebih terfokus pada titik pengaruh penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah dan tidak melebar pada sebuah pokok pembahasan permasalahan diatas.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro?

2. Bagaimana pengaruh persepsi Kemanfaatan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuanya
 - a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro.

2. Manfaat

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Secara Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang kajian ekonomi dan mahasiswa perbankan syariah

b. Secara Praktis

Untuk dijadikan sebuah referensi bagi para pihak penyelenggara uang elektronik dalam memenuhi kebutuhan para pengguna sehingga dapat meningkatkan kualitas dan fasilitas yang diberikan serta mampu menjadi bahan pertimbangan mahasiswa perbankan syariah sekaligus masukan untuk meminimalisir perilaku konsumtif, Ketika hendak menggunakan uang elektronik dan QRIS.

F. Penelitian Relevan

Penelitian terkait juga berguna untuk menghindari kesamaan variabel serta judul dan upaya pengembangan pelaksanaan penelitian. Penelitian bagian ini juga menjelaskan perbedaan dari penelitian sebelumnya. Dibawah ini adalah rangkuman dari studi penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya.

1. Martha Pakpahan, Ali Mujahidin dan Dwi Erna Novianti mahasiswa Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan judul “Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Presepsi Manfaat Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Shopeepay”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat mahasiswa dalam menggunakan fintech dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dimana dalam penelitian ini menunjukkan hasil melalui penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* pada persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan ShopeePay. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dengan nilai Thitung sebesar 3.656 lebih besar dari Ttabel 1.993 dan

nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.050 ($0.000 < 0.050$). Dengan demikian, hipotesis satu (H1) diterima.¹⁴ Persamaan dalam penelitian ini adalah pada bagian metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian serta pada aplikasi penggunaan yang dijadikan sebagai variabel x dalam penelitian ini.

2. Muhammad Irvan Zikri Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan judul penelitian “Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Presepsi Kegunaan, dan Promosi Pada *E-Wallet* Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa DI Yogyakarta Melalui Sikap Terhadap Penggunaan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh presepsi kemudahan Penggunaan, Presepsi Kegunaan, dan Promosi Pada *E-Wallet* Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa DI Yogyakarta. Dalam penelitian ini memberikan hasil pada variabel presepsi kemudahan dan kegunaan memberikan pengaruh positif terhadap sikap dalam penggunaan Shopeepay yang memberikan perubahan tingkah laku dalam berbelanja dengan cenderung lebih kearah konsumtif, sedangkan dalam variabel promosi tidak memberikan arah yang positif terhadap perubahan sikap dalam berbelanja dalam menggunakan Shopeepay.¹⁵ Persamaan dalam penelitian ini adalah pada objek penelitian yakni sama-sama pada lingkungan mahasiswa dan metode yang digunakan yakni

¹⁴ Nasional and Bojonegoro.

¹⁵ Ananda and Nuriyah.

menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan mendatang adalah terjadinya perbedaan lokasi, waktu dan variabel-variabel penelitian.

3. Rida Nur Afifah mahasiswi Uin Syarif Hidayatullah (2020) dengan judul Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Tadris IPS Uin Syarif Hidayatullah). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan untuk mengetahui perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik. Dimana dalam penelitian tersebut memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta atau dengan kata lain perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik berdasarkan faktor kemudahan sebesar 12,5%, sedangkan sisanya sebesar 87,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹⁶ Persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada subjek penelitian yang dilakukan yakni pada mahasiswa dan metode penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya adalah tempat, waktu dan pada variabel penelitian hanya menggunakan 2 variabel yakni uang elektronik sebagai X dan perilaku konsumtif sebagai Y, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan 3 variabel.

¹⁶ Rida Nur Afifah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)", *Skripsi*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), 91-92

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi merupakan pengembangan dari adanya *Theory of Reasoned Action (TRA)* untuk melihat seberapa besar pengaruh tingkat penerimaan dari adanya penggunaan teknologi. Konsep model ini pertama kali dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Awalnya TAM sendiri dirancang untuk menjelaskan tentang bagaimana pengguna dapat menerima teknologi informasi baru yakni seperti sistem informasi manajemen ataupun perangkat lunak. Tujuannya adanya konsep model TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah untuk menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi penerimaan komputer atau teknologi oleh pengguna, dalam hal ini TAM berfokus pada pengguna dan faktor-faktor psikologis.¹

Dalam konsep dasar TAM menyatakan bahwa adanya adopsi atau penerimaan teknologi oleh pengguna yakni dipengaruhi oleh 2 faktor utama yakni *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang nantinya dapat mengukur sejauh mana pengguna dapat merasakan kemudahan dan kemanfaatan yang didapatkan dalam membantu setiap aktivitas dan tugas-tugas pengguna. Pada dasarnya konsep TAM ini merupakan kerangka kerja yang sederhana namun memiliki kekuatan yang kuat dalam memprediksi

¹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: Cv Seribu Bintang: 2021). 33-34

penerimaan sebuah teknologi pada pengguna, Konsep inilah yang digunakan dalam mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna, sehingga penerimaan teknologi yang dibuat oleh organisasi atau Perusahaan lebih dapat mudah digunakan dan memberi banyak manfaat.

B. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan adalah faktor utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana persepsi kemudahan ini merupakan pandangan sejauh mana seseorang dapat menerima teknologi mudah digunakan. Persepsi kemudahan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis dan ketersediaan sumber daya.²

Dalam persepsi kemudahan penggunaan ada beberapa hal yang dapat diukur melalui persepsi ini, diantaranya:

1. Kemudahan Belajar

Kemudahan belajar dalam hal ini berkaitan dengan sejauh mana teknologi mudah dipelajari, kemudahan belajar sendiri berhubungan dengan *userface* dan fitur teknologi yang dapat memudahkan sistem pembelajaran user.

² Titi Sugiarti, Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), (Indramayu: Cv Adanu Abimata: 2020). 12

2. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan ini berkaitan tentang persepsi pengguna sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari atau dipakai kemudahan penggunaan sendiri dinilai dari adanya efisiensi dan kemudahan navigasi pada setiap userface.

3. Ketersediaan Dukungan Teknis

Ketersediaan dukungan teknis ini berhubungan dengan pandangan seseorang tentang adanya ketersediaan bantuan teknis ketika seseorang mengalami permasalahan dalam mempelajari dan menggunakan teknologi.

4. Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan sumber daya merupakan pandangan seseorang yang berhubungan dengan adanya ketersediaan sumber daya seperti perangkat komputer (*Hardware dan Software*) dan jaringan internet.³

Dalam persepsi kemudahan ini merupakan element yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat pandangan seseorang atau pengguna ketika hendak menggunakan teknologi, semakin mudah teknologi digunakan maka semakin tinggi tingkat penggunaan yang dipakai oleh pengguna. Artinya dalam hal ini penggunaan sistem yang mudah untuk digunakan dalam persepsi kemudahan penggunaan dikatakan sebagai salah satu indikator yang dapat menentukan sejauh mana pengguna merasakan kemudahan dalam penggunaan Uang elektronik dan QRIS.

³ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology*.33-34

C. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat atau kegunaan sendiri juga tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi faktor *Technology Acceptance Model* (TAM), Dimana persepsi manfaat sendiri merupakan pandangan seseorang terhadap adanya kepuasan sejauh mana teknologi dapat membantu pengguna dalam melakukan aktivitas-aktivitas pekerjaan untuk mencapai dasar tujuan utama pengguna.⁴ Persepsi kegunaan atau manfaat sendiri untuk memenuhi kebutuhan penggunanya dapat diukur melalui beberapa faktor, diantaranya:

1. Efektivitas Teknologi

Efektivitas teknologi merupakan pandangan atau persepsi pengguna tentang sejauh mana teknologi efektif dalam memenuhi kebutuhan seseorang atau pengguna, terdapat dua faktor dalam mengukur sejauh mana teknologi mempunyai efektivitas atau tidaknya yaitu terlihat dari kualitas teknologi, ketersediaan sumber daya dan kemampuan teknologi dalam memenuhi kebutuhan.

2. Keuntungan Teknologi

Keuntungan teknologi sendiri adalah pandangan seseorang terkait kegunaan atau manfaat yang dapat diterima ketika menggunakan teknologi oleh pengguna. Keuntungan teknologi sendiri biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat diukur seperti biaya, waktu, atau manfaat lainnya yang dapat mempengaruhi kegunaan dan keuntungan yang didapat oleh pengguna teknologi.

⁴ Titi Sugiarti, *Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model* (TAM), (Indramayu: CV Adanu Abimata: 2020). 10

3. Keterkaitan teknologi dengan tugas

Keterkaitan teknologi adalah pandangan seseorang terhadap sejauh mana teknologi ini dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan setiap aktivitas pekerjaan yang dilaksanakan, keterkaitan teknologi sendiri biasanya bergantung atau dapat diukur melalui fungsionalitas dan kecepatan teknologi dalam memproses data atau tugas.

4. Relevansi Teknologi

Relevansi Teknologi merupakan pandangan seseorang yang berkaitan dengan sejauh mana teknologi ini masih relevan ketika digunakan, relevansi teknologi sendiri dapat diukur melalui kebutuhan teknologi dalam memenuhi kebutuhan pengguna, konteks penggunaan, fitur dan fungsi, ketersediaan teknologi.⁵

Dalam persepsi kegunaan atau manfaat ini ketika pengguna dapat menerima sebuah teknologi yang dirasa cukup memberikan manfaat dalam mencapai sebuah tujuan baik pada financial ataupun gaya hidup maka artinya persepsi kegunaan atau manfaat ini dapat dikatakan sebagai indikator dalam penerimaan teknologi yang dapat menentukan sejauh mana pengguna merasakan kegunaan dalam penggunaan Uang elektronik dan QRIS.

D. E-Money

E-Money adalah bentuk uang tanpa fisik yang artinya dapat disimpan nilai mata uangnya dalam data digital. Sedangkan sesuai dengan pasal 1 ayat 3 mengenai peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang

⁵ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology*, 38-40

elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang meliputi unsur-unsur:

1. Diterbitkan atas dasar nilai mata uang yang disetorkan terlebih dahulu oleh pemegang dari penerbit
2. Uang yang disimpan dalam bentuk elektronik suatu media seperti server atau chip
3. Digunakan untuk media atau alat pembayaran kepada pedagang yang bukan pihak dari penerbit, Nilai uang elektronik disetor oleh pemegang saham dan dikelola oleh pihak penerbit.⁶

Sedangkan merujuk pengertian uang elektronik menurut Bank For International Settlement tahun 1996. Menerangkan bahwa produk uang elektronik merupakan produk yang dapat disimpan, memberikan nilai atau produk Prabayar dimana rekor dari dana atau nilai yang tersedia untuk konsumen disimpan pada sebuah perangkat elektronik yang telah dimiliki oleh konsumen.⁷ Tujuan dan manfaat uang elektronik adalah sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di minimarket, food court, atau parkir. Perkembangan uang elektronik diharapkan pula dapat digunakan sebagai alternatif alat

⁶ <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

⁷ Suharni, *Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau Dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial*, Vol.15, *Spektrum Hukum*, 2018.19

pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan.

E. QRIS

Sejak diluncurkan pertama kali oleh Bank Indonesia pada saat bertepatan hari kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus 2019 Bank Indonesia telah meluncurkan sistem pembayaran pertama kalinya dengan menggunakan Qr Barcode yang sebagai media dalam transaksinya pembayarannya yang saat ini lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sendiri merupakan kesatuan berbagai macam QR dari berbagai pihak penerbit atau penyelenggara jasa sistem pembayaran yang menggunakan sistem QR Code, adanya penerbitan QRIS sendiri memang ditujukan untuk proses transaksi dari Bank Indonesia dengan penggunaan QR Code supaya lebih cepat, mudah, aman, selain dari itu dengan adanya standar QRIS sendiri memang lebih memudahkan merchant dalam menerima sebuah pembayaran melalui aplikasi apapun yang hanya dapat terbuka pada salah satu akun pihak penyelenggara jasa sistem pembayaran seperti pada aplikasi *Mobile Banking* yang telah tersedia QRIS pada menu transaksi pembayarannya.⁸

⁸ <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

F. Perilaku Konsumtif

1. Ditinjau Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah pendekatan untuk bertindak individu atau kumpul-kumpul dalam memilih sesuatu atau organisasi, pengalaman atau pertimbangan untuk mencapai kepuasan. Sudut pandang tentang prospek pembeli ini lebih besar daripada tampilan standar dan menyoroti lebih sedikit lagi pada pembeli dan pertanda cepat serta hasil kerangka pembelian. Dalam artian langsung pembeli yang disampaikan oleh Engel et al., dikomunikasikan bahwa pelanggan klien adalah gerakan cepat untuk memperoleh, terus-menerus mengonsumsi barang dan organisasi, termasuk siklus unik yang berjalan sebelum dan mengikuti latihan ini.⁹

Bagaimanapun, Schiffman dan Kanuk mengomunikasikan atau mengungkapkan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku pembelian klien yang menentukan, baik individu maupun keluarga, yang membeli barang untuk penggunaan pribadi. Mempertimbangkan definisi di atas, secara umum dapat direnungkan bahwa customer lead sangat terkait dengan siklus yang kuat terkait penggunaan pekerjaan dan item untuk menyelesaikan masalah kebutuhan seseorang.¹⁰

2. Perilaku Konsumtif

Menurut KBBI perilaku konsumtif adalah Tindakan yang sifatnya hanya mengonsumsi, memakai dan tidak menghasilkan sendiri atau bisa didefinisikan sering membelanjakan uang tanpa adanya pertimbangan

⁹ Dr. H. Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press: 2016).4

¹⁰ Ahmad Jibril, *Teori Perilaku Konsumen*, (Pekalongan: Nasya Expanding Management: 2021). 1

yang baik dan matang.¹¹ Sedangkan menurut Albarry menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan sikap membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi hanya untuk tujuan memenuhi keinginan semata yang dilakukan secara terus menerus sehingga menimbulkan sifat pemborosan dan inefisiensi biaya baik dari pembelian barang maupun jasa.¹²

Jika dilihat dari definisi diatas maka dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif adalah gaya hidup seseorang yang menggunakan produk untuk kemewahan hanya untuk memenuhi gengsi seseorang bukan cenderung untuk kebutuhan.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Ada delapan indikator perilaku konsumtif Menurut Nining Fatmawatie sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena mendapatkan tawaran atau iming-iming hadiah

Dalam hal ini seorang konsumen yang berperilaku konsumtif ketika membeli barang bukan berdasarkan kegunaan dan manfaat dari barang tersebut, melainkan karena adanya tawaran hadiah dari penjual yang diberikan kepada pembeli (konsumen). Contohnya adalah membeli dua celana untuk mendapatkan satu celana gratis dari pembelian.

¹¹ <https://kbbi.web.id/konsumtif>

¹² Dr. Hj. Naning Fatmawatie, *E-Comerce dan Perilaku Konsumtif*, (Yogyakarta: IAIN Kediri Press:2022).39

b. Membeli produk karena tampilan yang bagus

Seorang konsumen yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif adalah membeli barang melihat dari kemasan atau tampilan luarnya saja yang unik dan menarik, tentu kemasan yang memiliki keunikan tersendiri dan menarik dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Contohnya adalah konsumen membeli baju dari segi desainnya saja meskipun konsumen tersebut tidak membutuhkan baju tersebut.

c. Membeli produk dan menggunakan jasa karena ingin tampil mewah dan gengsi

Dalam hal ini seorang konsumen yang memiliki rasa gengsi yang tinggi tentu akan membeli barang-barang yang bermerk demi menjaga penampilan dirinya dibanding konsumen harus membeli barang yang lebih dibutuhkan. Contohnya adalah seorang membeli barang tas yang bermerk demi menjaga popularitas diri meskipun telah memiliki tas yang sama sama jika melihat dari fungsinya.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan dari manfaat

Dalam hal ini sistem promosi atau potongan harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian barang dibandingkan konsumen harus membeli barang dari manfaat atau kegunaanya barang tersebut. Contohnya adalah seorang yang membeli barang karena adanya tawaran potongan harga padahal dirinya telah memiliki barang tersebut dan tidak terlalu dibutuhkan barangnya.

- e. Membeli produk hanya untuk menjaga asa status social

Seorang konsumen yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif adalah ketika membeli barang atau produk yang memiliki merk tinggi dalam hal ini konsumen akan merasa puas karena dapat menjaga asa dirinya karena telah memakai atau menggunakan barang yang berkualitas dan bermerk.

- f. Memakai produk atau jasa karena adanya unsur konformitas terhadap orang yang digunakan atau mengiklankan

Idola atau model yang disukai oleh seseorang dapat mempengaruhi aktivitas pola perilaku hidup seperti dalam hal berbelanja. Dimana seorang konsumen membeli barang atau produk karena atas dasaran dari orang yang mengiklankan atau idol yang disukai bukan membeli barang atas dasar pertimbangan yang matang dan rasional.

- g. Adanya presepsi bahwa membeli atau menggunakan jasa dengan harga yang mahal akan meningkatkan citra kepercayaan diri

Seorang konsumen yang memilliki kecenderungan perilaku konsumtif adalah memberi barang dengan nilai harga yang tinggi, bermerk atau berkualitas dibandingkan harus membeli barang yang sesuai dengan kebutuhanya. Dalam hal ini konsumen yang memakai barang atau produk dengan kualitas yang tinggi,harga yang tinggi, bermerk tentu akan merasa menambah kepercayaan diri konsumen.

Contohnya adalah membeli tas yang bermerk dengan nilai harga yang tinggi kemudian dipakai atau dipamerkan disekitar lingkunganya.

- h. Membeli karena ingin mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda

Seorang konsumen yang membeli merk yang berbeda namun masih dalam konteks barang atau produk yang sama adalah sebuah sifat pemborosan, contohnya adalah membeli baju dengan modelnya yang sama tetapi dengan merk yang berbeda juga.¹³

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler yang mempengaruhi faktor-faktor perilaku konsumtif yakni terdapat dua aspek psikologis (Motivasi, Presepsi, Sikap) dan aspek pribadi (Usia, Pekerjaan, Keadaan Ekonomi, Kepribadian dan Jenis Kelamin)¹⁴:

1. Faktor Psikologis

- a. Motivasi merupakan dorongan yang ada dalam diri seseorang, dalam konteks ini motivasi dapat memberikan sebuah arah pendorong dalam pola perilaku hidup, termasuk membentuk pola perilaku hidup konsumen dalam pembelian.

b. Persepsi

Presepsi atau pandangan sangat berkaitan dengan motivasi, dengan adanya presepsi yang baik maka motivasi yang ada dalam

¹³ Dr. Hj. Naning Fatmawatie, *E-Comererce dan Perilaku Konsumtif*, (Yogyakarta: IAIN Kediri Press:2022).41

¹⁴ Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani, 'Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)', *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021), 1–10.

diri konsumen juga semakin baik, masing-masing individu konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap sebuah produk yang dapat memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian.

c. Sikap dan keyakinan

Sikap dan keyakinan Merupakan sebuah tindakan yang dapat mempengaruhi keyakinan dari seseorang. Dengan keyakinan yang tinggi pada seorang penjual dan pendirian sikap yang kurang baik maka dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

2. Faktor Pribadi

Sedangkan faktor pribadi yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif yakni:

a. Usia,

Dalam konteks ini usia dapat mempengaruhi pola perilaku hidup seorang konsumen dalam berbelanja, seiring dengan bertambahnya usia seseorang maka kebutuhan hidup akan berbeda juga. pada usia remaja sendiri biasanya merupakan usia yang rentan terhadap pola perilaku dalam keputusan pembelian yang menyebabkan konsumtif, hal ini bergantung karena masih belum matangnya tingkat emosional seseorang.

b. Pekerjaan, pada posisi ini pekerjaan juga mempengaruhi pola perilaku konsumsi seseorang, seseorang yang mempunyai pekerjaan yang berbeda tentu akan mempunyai kebutuhan yang berbeda juga.

c. Keadaan Ekonomi

Dalam hal ini keadaan ekonomi mempengaruhi seseorang dalam membelanjakan uangnya, keadaan ekonomi yang berbeda-beda tentu mempengaruhi disetiap kondisi kebutuhan barang yang akan dibeli seorang konsumen.

d. Kepribadian

Kepribadian sendiri memiliki pengaruh yang cukup terhadap keputusan pembelian, setiap individu konsumen tentu memiliki kepribadian yang berbeda baik berdasarkan sifat atau sikap, kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi atau interaksi.

e. Jenis Kelamin

Jenis kelamin memiliki tingkat pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi tingkat perilaku kehidupan konsumen dalam pembelian. pada posisi ini jenis kelamin tentu disesuaikan baik dari laki-laki atau Perempuan dalam memenuhi setiap kebutuhan.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap sebuah rumusan masalah penelitian, dimana jawaban yang diberikan merupakan sebuah dasaran pada teori relevan atau belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang telah diperoleh melalui pengumpulan data.¹⁵ Dalam penelitian ini perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian antar variabel yang

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA: 2022), 99

harus dijawab dengan hipotesis. SPSS singkatan dari Statistical Package for the Social Sciences yang merupakan aplikasi program untuk pengolahan data statistic dengan cara yang cepat dan tepat. Adapun dalam penelitian ini menggunakan SPSS yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda.

Adapun perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₀₁ : Tidak adanya pengaruh dalam persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022
- H_{a1} : Terdapat adanya pengaruh dalam persepsi kemudahan dan penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022
- H₀₂ : Tidak adanya pengaruh dalam persepsi manfaat penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022
- H_{a2} : Terdapat adanya pengaruh dalam persepsi manfaat penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022
- H₀₃ : Tidak adanya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama dalam penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022

H_{a3} : Terdapat adanya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara bersama-sama dalam penggunaan uang elektronik dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021, 2022

H. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini merupakan langkah dukungan terhadap dasar teoritis dalam memberikan sebuah jawaban terkait adanya pemecah permasalahan dalam penelitian. Yang nantinya adanya gambaran singkat, padat dan jelas terhadap alur proses penelitian yang dilaksanakan.

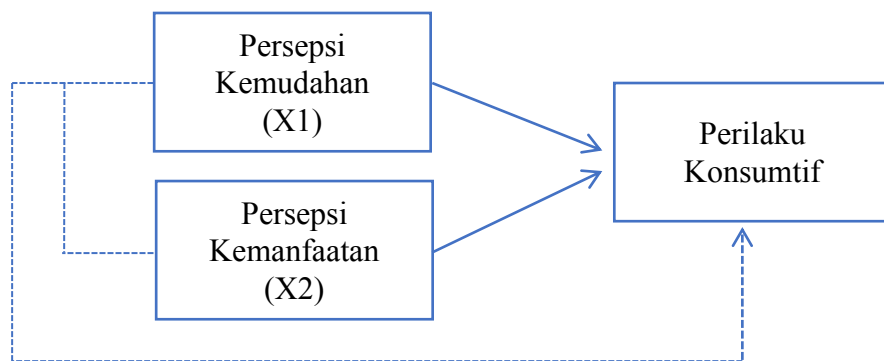
Dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang dengan pesat yang menawarkan berbagai fitur didalamnya termasuk fitur kemudahan dan manfaat akses dalam bertransaksi, akibat dari Perkembangan teknologi kini telah merubah sistem metode pembayaran melalui uang elektronik dan QRIS. Akibatnya sistem pola pembayaran yang awalnya secara tunai kini bisa dilakukan dengan cara non tunai, dimana hal ini menjadikan pemicu perubahan pola hidup masyarakat luas terlebih kepada mahasiswa.

Mahasiswa yang termasuk sebagai generasi milenial yang sering menggunakan dengan pemanfaatan ini merupakan sebuah bentuk adanya kemudahan dan manfaat dalam bertransaksi melalui metode pemabayan uang elektronik dan QRIS yang sekaligus menjadi konsumen.

Konsumen sendiri merupakan orang yang membeli atau menggunakan baik terhadap barang atau produk maupun jasa. Dimana Suyasa menyatakan bahwa konsumen yang membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan

tetapi hanya untuk tujuan memenuhi keinginan semata yang dilakukan secara terus menerus sehingga menimbulkan sifat pemborosan dan inefisiensi biaya baik dari pembelian barang maupun jasa adalah termasuk dalam perilaku konsumtif.

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Keterangan :

Secara Parsial —————>

Secara Simultan - - - - ->

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menjelaskan tentang bentuk, jenis dan alurnya kegiatan penelitian. Rancangan penelitian sendiri dapat diartikan luas yaitu merupakan sebuah alur kegiatan penelitian yang akan dilakukan dari berbagai bentuk, jenis penelitian dan alurnya kegiatan penelitian agar peneliti bisa memperoleh data-data yang valid dalam penelitian.¹

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif, Artinya, data yang dikumpulkan berupa angka- angka data tersebut berasal dari dokumentasi dan angket atau Quisioner.

Berdasarkan penelitian diatas, penelitian ini akan dilaksanakan di Kampus II IAIN Metro Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi S1-Perbankan Syari'ah yang beralamat di Jl. Ki Hajar Dewantara, Banjar Rejo, Kecamatan. Batanghari, Kabupaten. Lampung Timur, Lampung dengan menggunakan metode kuantitatif.²

Penyusunan proposal penelitian ini dilakukan mulai bulan mei sampai dengan bulan juni 2023. Penyusunan proposal penelitian skripsi ini disesuaikan dengan waktu pertimbangan peneliti untuk lebih memfokuskan diri dalam penyusunan proposal penelitian skripsi.

¹ Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif.Pdf, n.d.

² <https://www.metrouniv.ac.id/>

Tabel 3.1
Jadwal Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	November
1	Penyusunan BAB I						
2	Penyusunan BAB II						
3	Penyusunan BAB III						
4	BAB IV dan BAB V						

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut Cresswell variabel adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal atau kelompok yang dapat diukur dan diteliti. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati.³ Dalam penelitian terdapat tiga variabel dengan Variabel Independen (X1) (X2) dan Variabel dependen (Y). Adapun variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan (Variabel X1)

Persepsi Kemudahan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai variabel bebas 1. *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan adalah faktor utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana persepsi kemudahan ini merupakan pandangan sejauh mana seseorang dapat menerima teknologi mudah digunakan. Persepsi kemudahan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis dan ketersediaan sumber daya.⁴

³ Prof.Dr.Sugiyono, Metodologi penelitian kuantitatif. (Bandung: Alfabeta, 2022). 56

⁴ Wicaksono.

Dalam penelitian ini persepsi kemudahan dapat diukur sebagai berikut:

a. Kemudahan Belajar

Kemudahan belajar dalam hal ini berkaitan dengan sejauh mana teknologi mudah dipelajari, kemudahan belajar sendiri berhubungan dengan *userface* dan fitur teknologi yang dapat memudahkan sistem pembelajaran user.

b. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan ini berkaitan tentang persepsi pengguna sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari atau dipakai kemudahan penggunaan sendiri dinilai dari adanya efisiensi dan kemudahan navigasi pada setiap *userface*.

c. Ketersediaan Dukungan Teknis

Ketersediaan dukungan teknis ini berhubungan dengan pandangan seseorang tentang adanya ketersediaan bantuan teknis ketika seseorang mengalami permasalahan dalam mempelajari dan menggunakan teknologi.

d. Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan sumber daya merupakan pandangan seseorang yang berhubungan dengan adanya ketersediaan sumber daya seperti perangkat komputer (*Hardware dan Software*) dan jaringan internet.

2. Persepsi Kemanfaatan (Variabel X2)

Persepsi Manfaat atau kegunaan sendiri juga tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi faktor *Technology Acceptance Model* (TAM), Dimana persepsi manfaat sendiri merupakan pandangan seseorang terhadap adanya kepuasan sejauh mana teknologi dapat membantu pengguna dalam melakukan aktivitas-aktivitas pekerjaan untuk mencapai dasar tujuan utama pengguna.⁵ Dalam persepsi kemanfaatan dapat diukur dan dilihat sebagai berikut:

a. Efektivitas Teknologi

Efektivitas teknologi merupakan pandangan atau persepsi pengguna tentang sejauh mana teknologi efektif dalam memenuhi kebutuhan seseorang atau pengguna, terdapat dua faktor dalam mengukur sejauh mana teknologi mempunyai efektivitas atau tidaknya yaitu terlihat dari kualitas teknologi, ketersediaan sumber daya dan kemampuan teknologi dalam memenuhi kebutuhan.

b. Keuntungan Teknologi

Keuntungan teknologi sendiri adalah pandangan seseorang terkait kegunaan atau manfaat yang dapat diterima ketika menggunakan teknologi oleh pengguna. Keuntungan teknologi sendiri biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat diukur seperti biaya, waktu, atau manfaat lainnya yang dapat mempengaruhi kegunaan dan keuntungan yang didapat oleh pengguna teknologi.

⁵ Wicaksono.

c. Keterkaitan teknologi dengan tugas

Keterkaitan teknologi adalah pandangan seseorang terhadap sejauh mana teknologi ini dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan setiap aktivitas pekerjaan yang dilaksanakan, keterkaitan teknologi sendiri biasanya bergantung atau dapat diukur melalui fungsionalitas dan kecepatan teknologi dalam memproses data atau tugas.

d. Relevansi Teknologi

Relevansi Teknologi merupakan pandangan seseorang yang berkaitan dengan sejauh mana teknologi ini masih relevan ketika digunakan, relevansi teknologi sendiri dapat diukur melalui kebutuhan teknologi dalam memenuhi kebutuhan pengguna, konteks penggunaan, fitur dan fungsi, ketersediaan teknologi.

3. Perilaku Konsumtif (Variabel Y)

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi hanya untuk tujuan memenuhi keinginan semata yang dilakukan secara terus menerus sehingga menimbulkan sifat pemborosan dan inefisiensi biaya baik dari pembelian barang maupun jasa. Adapun indikator-indikator perilaku konsumtif menurut sumartono sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena mendapatkan tawaran atau iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena tampilan yang bagus

- c. Membeli produk dan menggunakan jasa karena ingin tampil mewah dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan dari manfaat
- e. Membeli produk hanya untuk menjaga asa status social
- f. Memakai produk atau jasa karena adanya unsur konformitas terhadap orang yang digunakan atau mengiklankan
- g. Adanya persepsi bahwa membeli atau menggunakan jasa dengan harga yang mahal akan meningkatkan citra kepercayaan diri
- h. Membeli karena ingin mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda.⁶

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan kelompok yang utuh dan merupakan objek, transaksi atau kejadian yang bisa membuat kita untuk tertarik mempelajarinya sehingga bisa menjadikan sebuah objek penelitian.⁷

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020, 2021 dan 2022 yang dimana mahasiswa pada Angkatan ini telah memiliki pengetahuan terkait uang elektronik dan QRIS serta menggunakan uang elektronik dan QRIS ini sendiri.

⁶ Dr. Hj. Naning Fatmawatie, E-Comererce dan Perilaku Konsumtif, (Yogyakarta: IAIN Kediri Press:2022).41

⁷ Prof.Dr.Sugiyono, Metodologi penelitian kuantitatif. (Bandung: Alfabeta, 2022). 130

Tabel. 3.2
Jumlah Populasi

No	Mahasiswa Perbankan Syariah	Jumlah Mahasiswa
1	Angkatan 2020	108
2	Angkatan 2021	74
3	Angkatan 2022	53
Jumlah Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2020-2022		235

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah populasi anggota yang telah diambil sesuai dengan prosedur dan diharapkan mampu untuk menjadi wakil dari jumlah populasi.⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus perhitungan dalam penentuan jumlah sampel dari rumus Yamane dan Isaac and Michael dengan perumusan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 10%

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{235}{1+235(0,10)^2} = 70$$

Selanjutnya Untuk mendapatkan sampel yang dilakukan peneliti adalah menggunakan teknik Quota Sampling. Quota Sampling adalah teknik pengumpulan sampel atau data dengan cara menentukan jumlah subjek yang akan diteliti sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan

⁸ Ibid, 131

seperti mahasiswa perbankan syariah yang menggunakan uang elektronik dan QRIS sejumlah 70 responden terdiri dari angkatan 2020,2021 dan 2022.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket

Kuisisioner sendiri merupakan Teknik pengumpulan data yang sifatnya dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden atau narasumber untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini angket ini akan disebar kepada responden mahasiswa S1 perbankan syariah Angkatan 2020, 2021 dan 2022 yang menggunakan uang elektronik dan QRIS.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi sebuah pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen informasi yang didokumentasikan berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Alasan peneliti menggunakan dokumentasi adalah untuk memudahkan dalam penganalisisan hasil dan menanggulangi Ketika data penelitian hilang dan lain lain.⁹

E. Instrumen Penelitian

Instrument sendiri merupakan sebuah alat ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui informasi kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert yaitu merupakan untuk mengungkapkan

⁹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin:Antasari Press,2011).85

ukuran mengenai pendapat, sikap dan pandangan seseorang atau sekelompok dengan fenomena permasalahan yang terjadi dilingkungan sosial.

Adapun untuk mengukur skala likert yang ada dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan dari variabel, factor-faktor atau indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disebar kepada responden. Berikut tabel skala likert yang digunakan dalam penelitian.¹⁰

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Variabel Penelitian

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Adapun penyusunan kisi-kisi instrumen dalam penelitian yaitu penulis mengelompokan masing-masing variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Masing-masing indikator tersebut akan dikembangkan menjadi beberapa item pertanyaan. Adapun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Persepsi Kemudahan X1	Kemudahan Belajar	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena mudah di Pelajari
		Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan

¹⁰ Hardani,Nur Hikmatul Auliya,Helmina Andriani,Roushandy Asri Fardani,Jumari,Evi Fatmi Utami,Dhika Juliana Sukmana dan Ria Rohmatul Istiqomah, Metode Penelitian Kulitatif dan Kuantitatif (Yogyakarta:Pustaka Ilmu,2020).384

		QRIS karena fitur sistem yang mudah
	Kemudahan Penggunaan	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena sistem transaksi yang fleksibel
		<i>E-Money</i> dan QRIS membuat saya tidak repot menunggu kembalian ketika bertransaksi
	Ketersediaan Dukungan Teknis	Menurut saya penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS memudahkan saya mendapatkan informasi
		Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena banyaknya tempat pengisian ulang saldo yang mudah dijangkau
	Ketersediaan Sumber Daya	Penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS membuat saya dapat mengakses layanan transaksi dengan mudah
Persepsi Kemanfaatan X2	Efektivitas Teknologi	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih efektif dalam bertransaksi
		Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena biaya yang murah
	Keuntungan Teknologi	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih menghemat waktu
		Dengan menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS transaksi lebih cepat
	Keterkaitan Teknologi dengan Tugas	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena dapat membantu pekerjaan saya lebih mudah
Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih aman dalam transaksi		
Relevansi Teknologi	Penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS dapat meminimalisir adanya transaksi uang palsu	
Perilaku Konsumtif (Y)	Membeli Produk Karena Hadiah	Saya membeli produk karena adanya discount atau hadiah yang ditawarkan
	Membeli Produk Karena Tampilan yang Bagus	Saya membeli produk karena bentuk tampilan yang bagus
	Membeli Produk Karena	Saya membeli produk karena ingin tampil mewah

	Ingin Tampil Mewah	
	Membeli Produk Bukan dari Manfaat	Saya membeli produk karena keinginan bukan yang saya butuhkan
	Membeli Produk Hanya Status Social	Saya membeli produk karena ingin menjaga status sosial
	Membeli Produk Karena Influencer	Saya membeli produk karena iklan
	Membeli Produk karena Ingin Tampil Percaya Diri	Saya membeli produk karena ingin tampil percaya diri
	Membeli Produk karena Ingin mencoba lebih dari Produk Sejenis	Saya tetap membeli produk baru meskipun yang lama masih bisa di gunakan

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas sendiri digunakan guna mengetahui seberapa besar kekuatan yang ingin diukur dalam kuisioner itu sendiri. Dalam ketentuan kali ini kuisioner dikatakan valid apabila korelasi yang signifikan dengan pencapaian jumlah skor total dan biasanya berupa pertanyaan yang diajukan ke narasumber. Adapun yang menjadi acuan dalam uji validitas ini yaitu dengan menggunakan SPSS dengan korelasi pearson.¹¹ Suatu instrumen dalam penelitian dikatakan valid, apabila Koefisien korelasi product moment melebihi 0,05 atau

¹¹ Dyah Budiastuti and Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018). 149

Koefisien korelasi product moment $> r\text{-tabel} (\alpha; n- 2)$ $n =$ jumlah sampel atau nilai $\text{sig.} \leq \alpha$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi sebuah penelitian yang mengacu pada konsistensi hasil score pada item-item yang terdapat pada kuisioner.¹² Adapun yang menjadi tolak ukur dalam penelitian untuk mengukur reliabilitas suatu instrument penelitian adalah dengan teknik Alpha Cronsbach. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini, bila Koefisien reliabilitas $(r_{11}) > 0,6$.

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda dilakukan ketika akan melakukan pengujian terhadap pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara linier. Melalui regresi linier berganda kenaikan ataupun penurunan nilai dari variabel terikat dapat diprediksi serta dapat diketahui memiliki hubungan positif atau negatif.¹³ Berikut ini model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yang terdiri presepsi kemudahan dan presepsi manfaat terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif.

¹² Dyah Budiastuti and Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018). 209

¹³ Ahmad Fauzi and others, *Metodologi Penelitian, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2022.

Variabel-Variabel tersebut diuji menggunakan metode analisis linier berganda melalui IBM SPSS 26 dengan menggunakan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan Untuk Rumus diatas:

Y = Variabel terikat

X₁ = Persepsi Kemudahan

X₂ = Persepsi Kemanfaatan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Persepsi Kemudahan pada Perilaku Konsumtif

β_2 = Koefisien Regresi Persepsi Kemanfaatan pada Perilaku Konsumtif

e = Error term

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui data terdistribusi secara normal atau tidak. Data dikatakan normal apabila nilai residualnya terstandarisasi Sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini menggunakan uji

normalitas metode *Kolmogorov-Smirnov* yakni dengan taraf signifikansi 0.05. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi ≥ 0.05 .¹⁴

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan uji ini yang tidak boleh terdapat multikolinieritas di antara variabel penjelas pada model tersebut yang diindikasikan oleh hubungan yang sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas.¹⁵ Pengujian ada tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF tidak melebihi 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi tujuan dilakukan uji ini adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya Heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan metode Scatterplot yaitu bila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu dan teratur maka terjadi heteroskedastisitas.¹⁶

¹⁴ Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Purnomo dan Mustofa, *Ekonometrika* (Jawa Timur: Mandala Press, 2021) 1.75-81

¹⁵ Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Purnomo dan Mustofa, *Ekonometrika* (Jawa Timur: Mandala Press, 2021) 82-88.

¹⁶ Dr. Syarifudin dan Ibnu al-saudi, *Metode riset praktis regresi berganda menggunakan SPSS* (Palangkaraya: Bobby digital center, 2022) 68

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Konsep pengukuran untuk mencari kevalidan dari adanya persamaan regresi yang menggunakan cara berdasarkan uji-t, Dimana dalam hal ini uji-t ini berguna untuk mengetahui ada atau tidak terkait pengaruh dari variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini.¹⁷ Untuk mengetahui maka dirumuskan dengan langkah pengujian sebagai berikut:

$$t_{hitung} = R\sqrt{n-2}$$

R = Koefisien Korelasi

R² = Koefisien Determinan

n = Jumlah Sampel

b. Uji F (UJI Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Cara yang digunakan adalah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 5% maka variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan sebaliknya.¹⁸

¹⁷ Rochmat Aldy Purnomo, Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, (Ponorogo: CV. Wade Group: 2016).157

¹⁸ Dr.Syarifudin dan Ibnu al-saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022).79.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jurusan S1 Perbankan Syariah

1. Sejarah Singkat Jurusan S1 Perbankan Syariah

Awal mula berdirinya perguruan tinggi IAIN Metro tentu tidak terlepas dari Sejarah berdirinya Perguruan tinggi IAIN Raden Intan Lampung. Hal ini karena berdirinya IAIN Raden Intan Lampung yang terletak di Kabupaten Bandar Lampung ini sendiri merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan masyarakat yang bergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung atau yang biasa disebut dengan YKIL yang didirikan pada tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid.

Pada tanggal 13 oktober tahun 1964 sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 telah merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, tetapi tidak berdiri sendiri melainkan cabang Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Atas permintaan masyarakat kota metro kepada YKIL pada tahun 1967 meminta agar dibuka Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah di kota Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang.

Pada tanggal 23-25 april 1997 diadakanya rapat kerja oleh para rektor dan dekan fakultas yang berada diluar induk. Pada kesempatan pertemuan kali ini dilakukanya penetapan dan pengesahan fakultas diluar induk yakni menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) sesuai dengan SK Presiden No.11 Tahun 1997. Sejalan adanya perubahan alih

status berdasarkan saran bupati Drs. Herman Sanusi maka ditetapkan nama STAIN Metro adalah STAIN Jurai Siwo Metro mengingat yang letak wilayahnya kala itu masih berada dikabupaten 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 program studi yaitu Ahwalusy Syakhsiyah. 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 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.

2. Visi dan Misi S1-Perbankan Syariah IAIN Metro

Adapun yang menjadi Visi dan Misi Program Studi Perbankan Syariah IAIN Metro adalah sebagai berikut;

a. Visi

Menjadi pusat studi perbankan syariah yang unggul dalam sinergi *Socio-Echo-Techno-Preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan pada tahun 2034.

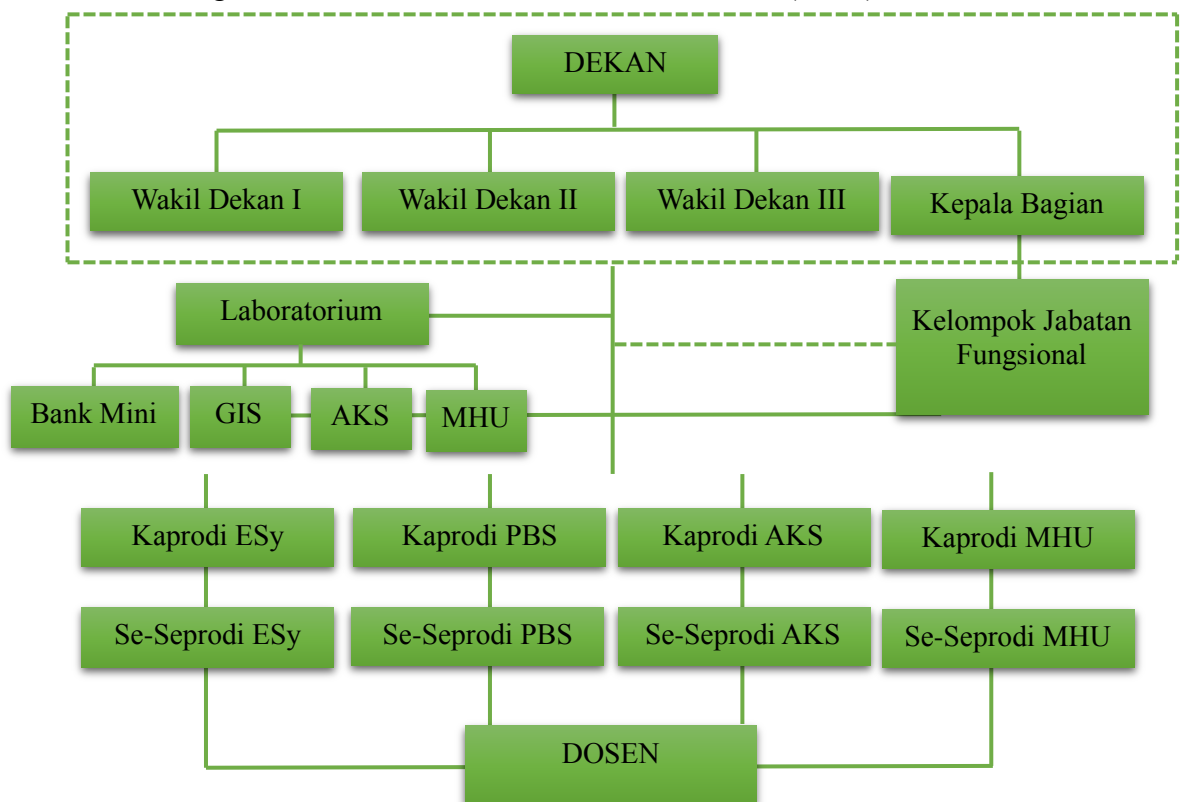
b. Misi

1) Membentuk sarjana perbankan syariah yang unggul dan berakhlakul karimah

- 2) Menyelenggarakan kegiatan akademik yang produktif, inovatif dan responsive dalam pengelolaan sumber daya melalui kajian keilmuan, penelitian dan pengabdian
- 3) Menciptakan sarjana perbankan syariah yang mandiri dan berdaya saing
- 4) Menyelenggarakan tata kelola program studi yang professional, akuntabel, transparan dalam rangka mencapai kepuasan pengguna dan stakeholder.

3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro¹



¹ Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro, dalam <https://febi.metrouniv.ac.id/>

B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa S1-Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 2020, 2021 dan 2022. Adapun jumlah mahasiswa S1-Perbankan Syariah angkatan 2020, 2021 dan 2022 sebanyak 235 (dua ratus tiga puluh lima) mahasiswa. Peneliti mengambil sampel dengan berdasarkan rumus Yamane dan Isacc and Michael dengan kesalahan probabilitas 10% sehingga mendapatkan sampel 70 mahasiswa, selanjutnya dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik Quota sampling yaitu dengan cara mengelompokan dari sebuah sampel yang telah memenuhi kriteria.

Adapun untuk lebih jelasnya kembali mengenai responden sebagai berikut:

1. Penyebaran Respoden Berdasarkan Variabel

Tabel 4.1
Jumlah Jawaban Hasil Responden
Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Kemudahan	1	29	31	10		
	2	26	30	14		
	3	16	41	13		
	4	25	23	22		
	5	19	30	21		
	6	20	32	18		
	7	24	32	14		

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

a. Deskripsi Variabel Kemudahan (X^1)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam pernyataan pertama jawaban Sangat Setuju sebanyak 29 responden atau 41,42%,

jawaban Setuju sebanyak 31 responden atau 44,28%, jawaban Netral sebanyak 10 atau 14,28% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua jawaban Sangat Setuju sebanyak 26 responden atau 37,24%, jawaban Setuju sebanyak 30 responden atau 42,85%, jawaban Netral sebanyak 14 atau 20,00% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga jawaban Sangat Setuju sebanyak 16 responden atau 22,85%, jawaban Setuju sebanyak 41 responden atau 58,57%, jawaban Netral sebanyak 13 atau 18,57% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat jawaban Sangat Setuju sebanyak 25 responden atau 35,71%, jawaban Setuju sebanyak 23 responden atau 32,85%, jawaban Netral sebanyak 22 atau 31,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima jawaban Sangat Setuju sebanyak 19 responden atau 27,14%, jawaban Setuju sebanyak 30 responden atau 42,85%, jawaban Netral sebanyak 21 atau 30,00% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keenam jawaban Sangat Setuju sebanyak 20 responden atau 28,57%, jawaban Setuju sebanyak 32 responden atau 45,71%, jawaban Netral sebanyak 18 atau 25,71% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh jawaban Sangat Setuju sebanyak 24 responden atau 34,28%, jawaban Setuju sebanyak 32 responden atau 45,71%, jawaban Netral sebanyak 14 atau 20,00% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b. Deskripsi Variabel Kemanfaatan (X^2)

Tabel 4.2
Jumlah Jawaban Hasil Responden
Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Kemanfaatan	1	22	39	9		
	2	21	33	16		
	3	21	35	14		
	4	22	33	15		
	5	22	30	18		
	6	20	40	10		
	7	22	41	7		

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam pernyataan pertama jawaban Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau 31,42%, jawaban Setuju sebanyak 39 responden atau 55,71%, jawaban Netral sebanyak 9 atau 12,85% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua jawaban Sangat Setuju sebanyak 21 responden atau 30,00%, jawaban Setuju sebanyak 33 responden atau 47,14%, jawaban Netral sebanyak 16 atau 22,85% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga jawaban Sangat Setuju sebanyak 21 responden atau 30%, jawaban Setuju sebanyak 35 responden atau 50%, jawaban

Netral sebanyak 14 atau 20% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat jawaban Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau 31,42%, jawaban Setuju sebanyak 33 responden atau 47,14%, jawaban Netral sebanyak 15 atau 21,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima jawaban Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau 31,42%, jawaban Setuju sebanyak 30 responden atau 42,85%, jawaban Netral sebanyak 18 atau 25,71% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keenam jawaban Sangat Setuju sebanyak 20 responden atau 28,57%, jawaban Setuju sebanyak 40 responden atau 57,14%, jawaban Netral sebanyak 10 atau 14,28% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh jawaban Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau 31,42%, jawaban Setuju sebanyak 41 responden atau 58,57%, jawaban Netral sebanyak 7 atau 10% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

c. Deskripsi Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.3
Jumlah Jawaban Hasil Responden
Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Perilaku Konsumtif	1	33	35	2		
	2	11	30	29		
	3	6	24	40		
	4	8	26	36		

	5	16	27	27		
	6	7	44	19		
	7	23	39	8		
	8	5	22	43		

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam pernyataan pertama jawaban Sangat Setuju sebanyak 33 responden atau 47,14%, jawaban Setuju sebanyak 35 responden atau 50%, jawaban Netral sebanyak 2 atau 2,85% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua jawaban Sangat Setuju sebanyak 11 responden atau 15,71%, jawaban Setuju sebanyak 30 responden atau 42,85%, jawaban Netral sebanyak 29 atau 41,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga jawaban Sangat Setuju sebanyak 6 responden atau 8,57%, jawaban Setuju sebanyak 24 responden atau 34,28% , jawaban Netral sebanyak 40 atau 57,14%, dan tidak ada jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat jawaban Sangat Setuju sebanyak 8 responden atau 11,42%, jawaban Setuju sebanyak 26 responden atau 37,14%, jawaban Netral sebanyak 36 atau 51,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima jawaban Sangat Setuju sebanyak 16 responden atau 22,85%, jawaban Setuju sebanyak 27 responden atau 38,57%,

jawaban Netral sebanyak 27 atau 38,57% dan tidak jawaban tidak setuju dan tidak ada jawaban sangat tidak setuju.

Pernyataan keenam jawaban Sangat Setuju sebanyak 7 responden atau 10%, jawaban Setuju sebanyak 44 responden atau 62,85%, jawaban Netral sebanyak 19 atau 27,14% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh jawaban Sangat Setuju sebanyak 23 responden atau 32,85%, jawaban Setuju sebanyak 39 responden atau 55,71%, jawaban Netral sebanyak 8 atau 11,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedelapan jawaban Sangat Setuju sebanyak 5 responden atau 7,14%, jawaban Setuju sebanyak 22 responden atau 31,42%, jawaban Netral sebanyak 43 atau 61,42% dan tidak ada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada jawaban.

2. Penyebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Penyebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	24	66%
Perempuan	46	34%
Jumlah	70	100%

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil penelitian yang tertera pada tabel 4.4 mendapatkan informasi bahwa proporsi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh Perempuan sebanyak 46 responden (66%), sedangkan responden Laki-laki sebanyak 24 responden (34%).

3. Penyebaran Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa

Angkatan mahasiswa perbankan syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini di mulai dari angkatan 2020, 2021 dan 2022 dengan jumlah 70 responden. Berikut penyebaran responden berdasarkan angkatan dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Penyebaran Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan Mahasiswa PBS	Responden	Persentase
2020	54	77%
2021	10	14%
2022	6	9%
Jumlah	70	100%

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil penelitian yang tertera pada tabel 4.5 mendapatkan informasi bahwa proporsi jumlah responden berdasarkan angkatan didominasi 2020 sebanyak 54 responden (77%), sedangkan responden angkatan 2021 sebanyak 10 responden (14%) dan angkatan 2022 sebanyak 6 responden (9%).

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas pada penelitian ini dengan korelasi *product moment pearson*. Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka item instrument pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka item instrument pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel		I ^{'xy}	I ^{'tabel}	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1. a	0,582	0,235	Valid
	X1. b	0,605	0,235	Valid
	X1.c	0,701	0,235	Valid
	X1. d	0,676	0,235	Valid
	X1. e	0,573	0,235	Valid
	X1. f	0,476	0,235	Valid
	X1. g	0,566	0,235	Valid
Persepsi Kemanfaatan	X1. a	0,535	0,235	Valid
	X1. b	0,652	0,235	Valid
	X1.c	0,604	0,235	Valid
	X1. d	0,615	0,235	Valid
	X1. e	0,644	0,235	Valid
	X1. f	0,548	0,235	Valid
	X1. g	0,582	0,235	Valid
Perilaku Konsumtif	X1. a	0,474	0,235	Valid
	X1. b	0,618	0,235	Valid
	X1.c	0,598	0,235	Valid
	X1. d	0,443	0,235	Valid
	X1. e	0,562	0,235	Valid
	X1. f	0,398	0,235	Valid
	X1. g	0,442	0,235	Valid
	X1. h	0,559	0,235	Valid

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil analisis diatas, telah didapatkan hasil nilai korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total, r tabel dicari pada nilai signifikansi 0,05 dengan memakai uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 37 responden, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,235.

Hasil analisis diatas juga memaparkan bahwa pada setiap pernyataan dari setiap indikator variabel Kemudahan dan Kemanfaatan kepada variabel perilaku konsumtif terhadap mahasiswa perbankan syariah dikatakan **Valid**, sebab nilai r hitung pada item-item pernyataan mempunyai nilai yang lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,235.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan sebuah metode *Alpha Cronbach's* (<0,6). Dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach's* >0,6.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Conbrach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,692	Reliabel
Persepsi Kemanfaatan	0,701	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,602	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil analisis data diatas memberikan hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel X dan Y lebih besar dari ketentuan yakni 0,6. Maka, dari hasil tersebut peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa item kuesioner dapat diandalkan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.8
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20137324
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.060
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil uji analisis normalitas mendapatkan nilai sebesar $0,200 \geq 0,05$. Dimana peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa hasil ini menunjukkan data primer berdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolenearitas

Tabel 4.9
Uji Multikolenearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.330	2.823		5.076	.000		
	Persepsi Kemudahan	.284	.127	.322	2.232	.029	.475	2.105
	Persepsi Kemanfaatan	.283	.135	.303	2.096	.040	.475	2.105

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

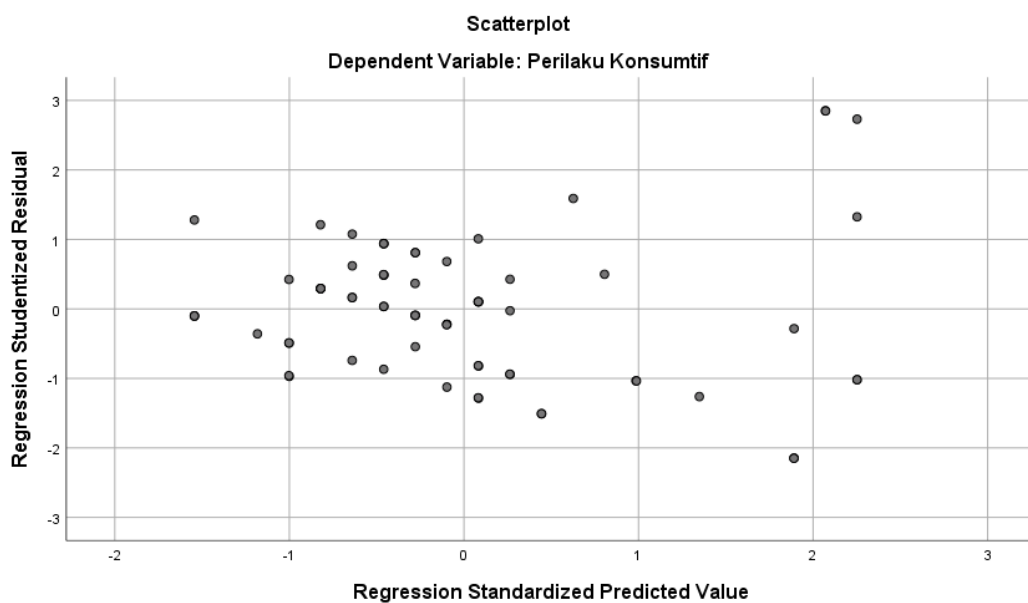
Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil dari data tabel diatas penelitian ini memaparkan hasil uji multikoleniritas berdasarkan pada *Tolerance* dan VIF. Pada variabel X1 kolom *tolerance* memaparkan hasil sebesar 0,475 hasil ini $> 0,10$, kemudian pada kolom VIF sebesar 2.105 hasil ini $< 10,00$. Maka dari hasil pemaparan diatas peneliti dapat menyimpulkan pada data variabel X1 tidak terjadi adanya multikoleniritas

Pada varibel X2 kolom *tolerance* medapatkan hasil $0,475 > 0,10$ dan pada kolom VIF memaparkan hasil nilai sebesar $2.105 < 10,00$. Maka data variabel X2 tidak terjadi multikoleniritas. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi multikoleniritas antara variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.10
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Dari hasil uji tersebut dapat terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa tidak terjadi persamaan regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.11
Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.330	2.823		5.076	.000
	Persepsi Kemudahan	.284	.127	.322	2.232	.029
	Persepsi Kemanfaatan	.283	.135	.303	2.096	.040

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y=14.330 + 0.284 X_1 + 0.283 X_2$$

- Nilai konstanta memaparkan hasil jika variabel X1, X2, sama dengan nol yaitu Presepsi Kemudahan dan Presepsi Kemanfaatan maka diperoleh hasil pada Perilaku Konsumtif sebesar 14.330
- Pada nilai koefesien X1 diperoleh hasil sebesar 0.284, jika terjadi peningkatan pada variabel X1 (Persepsi Kemudahan) sebesar satu satuan maka perilaku konsumtif akan meningkat sebanyak 0.284

- c. Pada nilai koefisien X2 diperoleh hasil sebesar 0.283 dengan tanda Positiv maka dapat dinyatakan apabila terjadi peningkatan pada variabel X2 (Persepsi Kemanfaatan) sebesar satu satuan maka perilaku konsumtif akan menurun sebesar 0.283.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini Kemudahan dan Kemanfaatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T ini dilakukan untuk mengukur ada atau tidaknya sebuah pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kemudahan (X1), Kemanfaatan(X2) dan Variabel terikat adalah Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah (Y).

Tabel 4.12
Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.330	2.823		5.076	.000
	Persepsi Kemudahan	.284	.127	.322	2.232	.029
	Persepsi Kemanfaatan	.283	.135	.303	2.096	.040

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Pada penelitian ini nilai t tabel dicari taraf signifikansi 0,025 dengan melakukan uji 2 sisi dan angka df residual yakni sebesar 67 pada tabel anova kolom df dan baris residual, sehingga didapatkan nilai hasil t tabel sebesar 1.996.

Variabel Ke 1 Kemudahan (X1) diperoleh nilai t hitung $2.232 \geq 1.996$ yang peneliti dapat simpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh positif antara variabel Kemudahan dengan perilaku konsumtif.

Variabel Kemanfaatan (X2) diperoleh nilai t hitung $2.096 \geq 1.996$ yang peneliti dapat simpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh positif antara variabel Kemanfaatan dengan perilaku konsumtif.

b. Uji Simultan

Uji f sendiri dilakukan untuk mencari adanya pengaruh signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen secara bersamaan. H0 diterima dan Ha ditolak apabila nilai fhitung \leq ftabel atau nilai signifikansi ≤ 0.05 (5%).

Tabel 4.13
Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.694	2	84.847	17.001	.000 ^b
	Residual	334.377	67	4.991		
	Total	504.071	69			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan						

Sumber : Data Primer diolah, Februari 2024

Berdasarkan hasil pemaparan perhitungan tabel diatas uji simultan (uji f) di dapatkan nilai f hitung sebesar $17.001 \geq 3.980$ f tabel. Kemudian, dengan melihat nilai sig. pada tabel anova diatas dapat diketahui nilai sig (0,000) $< 0,05$. Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada variabel X1 (Kemudahan) dan X2 (Kemanfaatan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah).

D. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah yaitu: pengaruh persepsi kemudahan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro, pengaruh persepsi kemanfaatan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro dan pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro. Untuk menjawab pada rumusan masalah tersebut peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan data primer dengan cara mengambil data sampel secara Quota Sampling yang dilakukan melalui penyebaran Kuesioner pada 70 responden mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro yang terdiri dari berbagai angkatan 2020,2021 dan 2022.

Selanjutnya untuk mengolah data peneliti menggunakan IBM SPSS 26 yang berguna untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh hasil penelitian.

Adapun tahapan Analisa data pada penelitian ini yaitu: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas dengan metode Kolmogrov Smirnov, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas. Dan melalui uji tahapan hipotesis diantaranya: Uji Parsial (Uji T) dan Uji Simultan (Uji f), selanjutnya peneliti menggunakan Analisis Regresi Berganda.

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro

Pada tabel 4.12 diatas, output “Coefficient” nilai sig. Variabel X1 (Kemudahan) sebesar $.029 < 0.05$ (H_a diterima sedang H_0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independent (X1) dengan arah yang positif signifikan.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Irvan Zikri mahasiswa Universitas Islam Indonesia menerangkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) *e-wallet ShopeePay*.

Hal ini dapat menggambarkan ketika sebuah teknologi memiliki sistem penggunaan yang lebih mudah akan menimbulkan rasa senang ketika menggunakan sesuatu, kemudahan yang ditawarkan secara tidak langsung oleh sistem Uang Elektronik *E-Money* dan QRIS tentu harus

disinyaliraisasi dengan penggunaan yang lebih bijak agar perilaku yang cenderung negative atau mengarah konsumtif dapat ditanggulangi, apalagi mahasiswa yang sudah memiliki sikap dewasa dan pengetahuan harusnya lebih bisa bijak lagi dalam mengelola keuangan.

2. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro.

Pada tabel 4.12 diatas, output “Coeffisient” nilai sig. Variabel X4 (Kemanfaatan) sebesar $.040 < 0.05$ (Ha diterima sedang H0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independent (X2) kemanfaatan dengan arah yang positif signifikan.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Martha Pakpahan, Ali Mujahidin & Dwi Erna Novianti mahasiswa IKIP PGRI Bonjonegoro menerangkan hasil Variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *ShopeePay*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dengan nilai Thitung sebesar 6.268 lebih besar dari Ttabel 1.993 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.050 ($0.000 < 0.050$). Dengan demikian, hipotesis dua (H2) diterima.

Hal ini dapat menggambarkan bahwa semakin teknologi dapat memberikan pengaruh manfaat terhadap pengguna atau user maka akan meningkatkan keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan teknologi

tersebut dapat menaikkan taraf gaya hidup, Kemanfaatan yang diberikan oleh *E-Money* dan QRIS akan membuat penggunanya akan sering menggunakan kedepannya. Dimana hal ini secara langsung tidak dapat menutup kemungkinan akan memberikan dampak negative terhadap gaya hidup penggunanya atau perilaku konsumtif.

3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat dalam penggunaan uang elektronik *E-Money* dan QRIS secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Metro

Pada tabel 4.13 diatas, output “Coeffisient” nilai sig. antara Variabel X1 (Kemudahan) dan X2 (Kemanfaatan) sebesar $.000 < 0.05$ (Ha diterima sedang H0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel independent X1 (Kemudahan) dan (X2) kemanfaatan dengan arah yang positif signifikan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ashif Syifa'ul Qulub Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo bahwa bahwa semua variabel independent Presepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen Minat menggunakan *E-Money*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan terkait Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Dalam Penggunaan *E-Money* dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah, maka diperoleh interpretasi yang telah ditampilkan.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif, dengan output “Coefficient” nilai sig. Variabel X1 (Kemudahan) sebesar $.029 < 0.05$ (H_a diterima sedang H_0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independent (X1) kemudahan meski dengan arah yang positif signifikan.
2. Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif, dengan output “Coefficient” nilai sig. Variabel X2 (Kemanfaatan) sebesar $.040 < 0.05$ (H_a diterima sedang H_0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi oleh variabel independent (X2) kemanfaatan dengan arah yang positif signifikan.
3. Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan dalam *penggunaan E-Money* dan QRIS secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah, dengan output “Coefficient” nilai sig. antara Variabel X1 (Kemudahan) dan X2 (Kemanfaatan) sebesar

$.000 < 0.05$ (H_a diterima sedang H_0 ditolak). Artinya dengan hasil tersebut variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y) benar dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel independent X1 (Kemudahan) dan (X2) kemanfaatan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran dengan harapan akan ada hasil yang lebih baik dipenelitian selanjutnya terkait Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Dalam Penggunaan E-Money dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah, yaitu:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya meneliti variabel Kemudahan, Kemanfaatan, Variabel dalam faktor-faktor perilaku konsumtif yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah. Maka, pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih memperluas objek penelitian dan diharapkan dapat mengumpulkan data dengan menggunakan metode gabungan yaitu metode kualitatif agar terdapat perbedaan dengan penelitian ini.

2. Bagi pengguna uang elektronik dan QRIS khususnya pada mahasiswa S1-Perbankan Syariah IAIN Metro, agar selalu memperhatikan pola dalam konsumsi dan lebih mengutamakan kebutuhan utama ketika menggunakan uang elektronik dan QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi and others, *Metodologi Penelitian, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2022.
- Ahmad Jibril, Teori Perilaku Konsumen, (Pekalongan: *Nasya Expanding Management*: 2021)
- Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Purnomo dan Mustofa, *Ekonometrika* (Jawa Timur:Mandala Press,2021)
- Dyah Budiastuti and Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian* (Jakarta:Mitra Wacana Media,2018)
- Eni Nur Aini and Anik Lestari Andjarwati, 'Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8.1 (2020).
- Hardani,Nur Hikmatul Auliya,Helmina Andriani,Roushandy Asri Fardani,Jumari,Evi Fatmi Utami,Dhika Juliana Sukmana dan Ria Rohmatul Istiqomah, *Metode Penelitian Kulitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta:Pustaka Ilmu,2020)
- Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra, 'Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri', *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5.1 (2021).
- Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press: 2016)
- Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani, 'Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado', *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021)
- Naning Fatmawatie, *E-Comerrce dan Perilaku Konsumtif*, (Yogyakarta: IAIN Kediri Press:2022)
- Putri Ananda and Aminah Nuriyah, 'Determinan Minat Generasi Milenial Pada Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah Linkaja', *Journal of Sharia Economics*, 4.1 (2023).
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin:Antasari Press,2011)

Rochmat Aldy Purnomo, Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, (Ponorogo: CV. Wade Group: 2016)

Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: Cv Seribu Bintang: 2021)

Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: CV Seribu Bintang: 2021)

Seminar Nasional and Ikip Pgri Bojonegoro, 'Prosiding', 1, 2023.

Suharni, *Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau Dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial*, Vol.15, *Spektrum Hukum*, 2018

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA: 2022),

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta:Rineka,2012)

Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2022)

Syarifudin dan Ibnu al-saudi, *Metode riset praktis regresi berganda menggunakan SPSS* (Palangkaraya:Bobby digital center,2022)

Titi Sugiarti, *Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, (Indramayu: Cv Adanu Abimata: 2020)

Zakhariantara Ginting, Syaipan Djambak, and Mukhlis Mukhlis, 'Dampak Transaksi Non Tunai Terhadap Perputaran Uang Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16.2 (2019).

Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro, dalam <https://febi.metrouniv.ac.id/>

<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

<https://kbbi.web.id/konsumtif>

<https://www.metrouniv.ac.id/>

<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/_layouts/15/download.aspx?SourceUrl=https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/Lists/Uang%20Elektronik%20Jumlah%20Beredar/Attachments/13/Jumlah_Uang_Elektronik_Beredar_2021.pdf

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/uang-elektronik-yang-beredar-tembus-772-juta-unit-pada-november-2022>

https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54036/1/1116015000063_RIDA%20NUR%20AFIYAH%20%28watermark%29.pdf

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**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-0436/In.28.1/J/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Rendi Ferdiansyah**
NPM : 2003022020
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEMANFATAAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN
SYARIAH

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, 13 Februari 2024
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

OUTLINE

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II KAJIAN TEORI

- A. *Technology Acceptance Model (TAM)*
- B. Persepsi Kemudahan
- C. Persepsi Kemanfaatan

- D. E-Money
- E. Qris
- F. Perilaku Konsumtif
- G. Hipotesis
- H. Kerangka Berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro
 - 1. Sejarah Singkat Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro
 - 2. Struktur Organisasi IAIN Metro
- B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden
 - 1. Deskripsi Variabel Kemudahan
 - 2. Deskripsi Variabel Kemanfaatan
- C. Hasil Analisis Data
 - 1. Uji Validitas
 - 2. Uji Reliabilitas
 - 3. Analisis Regresi Berganda
 - 4. Uji Asumsi Klasik
 - a. Hasil Uji Normalitas
 - b. Hasil Uji Multikolinieritas
 - c. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 - 5. Hasil Uji Hipotesis
 - a. Uji Parsial t (Parsial)
 - b. Uji F (Uji Simultan)
- D. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Penutup

DAFTAR PUSTAKA


LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


M. Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP.199208292019031007

Metro, 15 November 2023
Penulis,


Rendi Ferdiansyah
NPM.2003022020

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN *E-MONEY* DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH

A. Identitas Responden

Nama :

NPM :

Prodi :

Semester :

B. Petunjuk Pengisian

Beri tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan apa yang Saudara/i rasakan.

C. Pertanyaan

Persepsi Kemudahan (X_1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena mudah di Pelajari					
2.	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena fitur sistem yang mudah					
3.	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena sistem transaksi yang fleksibel					
4.	<i>E-Money</i> dan QRIS membuat saya tidak repot menunggu kembalian ketika bertransaksi					
5.	Menurut saya penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS memudahkan saya mendapatkan informasi					
6.	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena banyaknya tempat pengisian ulang saldo yang mudah dijangkau					

7.	Penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS membuat saya dapat mengakses layanan transaksi dengan mudah					
----	------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Persepsi Kemanfaatan (X₂)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih efektif dalam bertransaksi					
2	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena biaya yang murah					
3	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih menghemat waktu					
4	Dengan menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS transaksi lebih cepat					
5	Saya Menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena dapat membantu pekerjaan saya lebih mudah					
6	Saya menggunakan <i>E-Money</i> dan QRIS karena lebih aman dalam transaksi					
7	Penggunaan <i>E-Money</i> dan QRIS dapat meminimalisir adanya transaksi uang palsu					

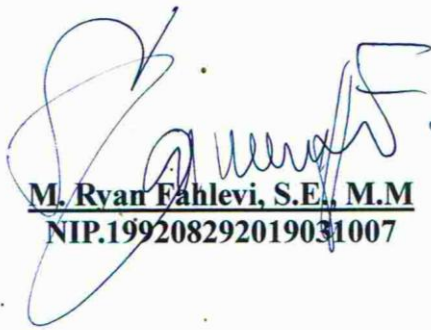
Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli produk karena adanya discount atau hadiah yang ditawarkan					
2	Saya membeli produk karena bentuk tampilan yang bagus					
3	Saya membeli produk karena ingin tampil mewah					
4	Saya membeli produk karena keinginan bukan yang saya butuhkan					

5	Saya membeli produk karena ingin menjaga status sosial					
6	Saya membeli produk karena iklan					
7	Saya membeli produk karena ingin tampil percaya diri					
8	Saya tetap membeli produk baru meskipun yang lama masih bisa di gunakan					

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Metro, 15 November 2023
Penulis,



M. Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP.199208292019031007



Rendi Ferdiansyah
NPM.2003022020



**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-0468/In.28/D.1/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DEKAN FEBI INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI METRO
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0469/In.28/D.1/TL.01/02/2024, tanggal 15 Februari 2024 atas nama saudara:

Nama : **Rendi Ferdiansyah**
NPM : 2003022020
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada DEKAN FEBI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di FEBI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 15 Februari 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**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

SURAT TUGAS

Nomor: B-0469/In.28/D.1/TL.01/02/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Rendi Ferdiansyah**
NPM : 2003022020
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FEBI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DAN QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 15 Februari 2024



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**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
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-0484/In.28.3/D.1/TL.00/02/2024

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Swastika, M.IF.,Ph.D
NIP : 198610302018012001
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa:

Nama : Rendi Ferdiansyah
NPM : 2003022020
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Dalam Penggunaan E-Money dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah.

Telah melaksanakan *Research* di Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Metro dari tanggal 23 November 2023.

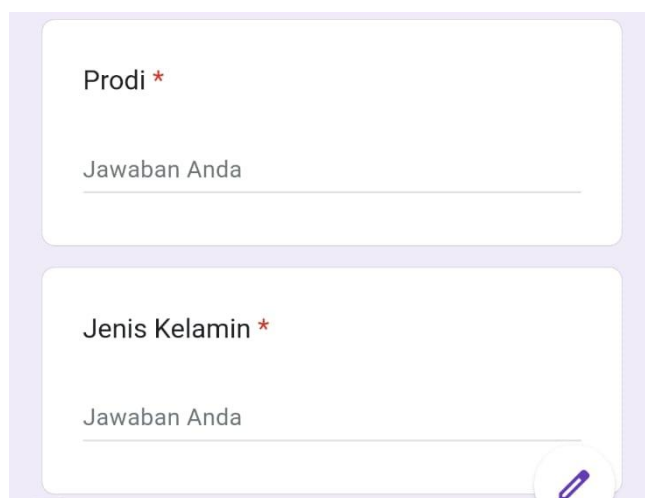
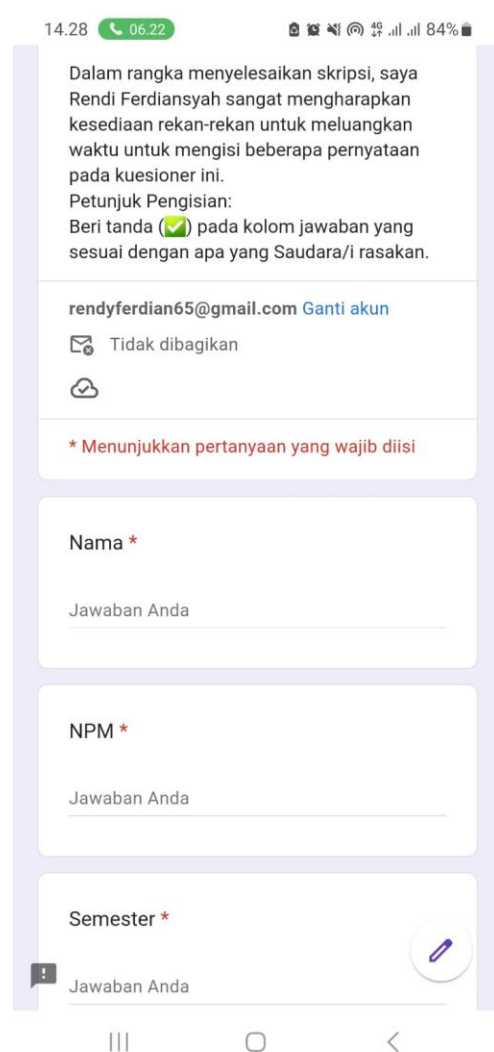
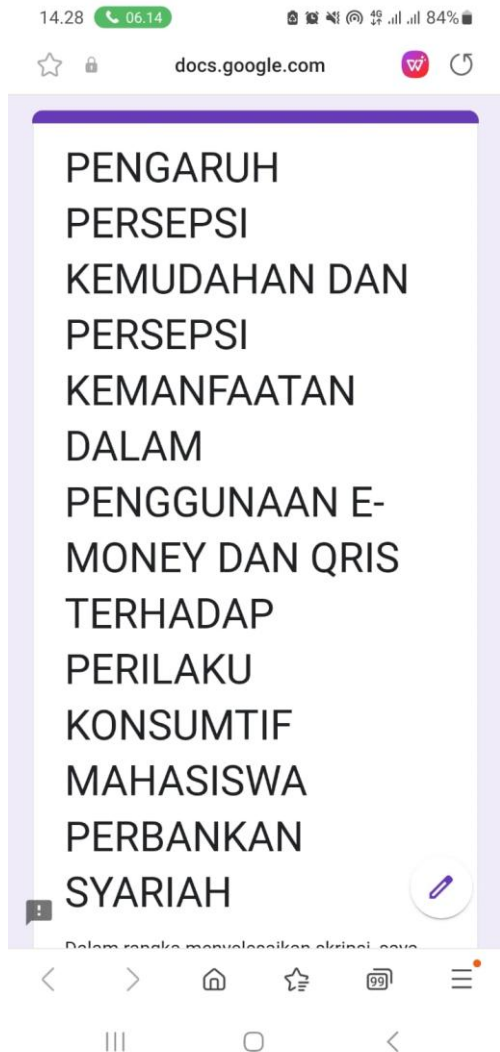
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Metro, 19 Februari 2024
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan FEBI

Putri Swastika



14.29 06:49 84%

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena mudah di Pelajari

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena fitur sistem yang mudah

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena sistem transaksi yang fleksibel

14.29 06:55 84%

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

E-Money dan QRIS membuat saya tidak *
repot menunggu kembalian ketika
bertransaksi

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Menurut saya penggunaan *E-Money* dan
QRIS memudahkan saya mendapatkan
informasi

14.29 07:42 84%

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena banyaknya tempat pengisian
ulang saldo yang mudah dijangkau

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Penggunaan *E-Money* dan QRIS *
membuat saya dapat mengakses
layanan transaksi dengan mudah

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

14.29 07:10 84%

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena banyaknya tempat pengisian
ulang saldo yang mudah dijangkau

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Penggunaan *E-Money* dan QRIS *
membuat saya dapat mengakses
layanan transaksi dengan mudah

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

14.30 07:47 84%

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena lebih efektif dalam bertransaksi

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena biaya yang murah

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena lebih menghemat waktu

Sangat Setuju

14.30 07:58 84%

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena dapat membantu pekerjaan saya
lebih mudah

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena lebih aman dalam transaksi

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Penggunaan *E-Money* dan QRIS dapat
meminimalisir adanya transaksi uang
palsu

14.30 07:53 84%

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena lebih menghemat waktu

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan *E-Money* dan
QRIS transaksi lebih cepat

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya Menggunakan *E-Money* dan QRIS *
karena dapat membantu pekerjaan saya
lebih mudah

14.30 08:07 84%

Penggunaan *E-Money* dan QRIS dapat
meminimalisir adanya transaksi uang
palsu

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena adanya
discount atau hadiah yang ditawarkan

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena bentuk

14.30 08.25 84%

Saya membeli produk karena keinginan *
bukan yang saya butuhkan

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena ingin menjaga status sosial *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena iklan *

Sangat Setuju

14.30 08.13 84%

Saya membeli produk karena bentuk tampilan yang bagus *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena ingin tampil mewah *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena keinginan, bukan yang saya butuhkan *

14.30 08.31 84%

Saya membeli produk karena iklan *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya membeli produk karena ingin tampil percaya diri *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tetap membeli produk baru meskipun yang lama masih bisa di gunakan *

14.30 08.39 84%

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tetap membeli produk baru meskipun yang lama masih bisa di gunakan *

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Kirim Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.
[Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81



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

NPP: 1807062F0000001

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-84/In.28/S/U.1/OT.01/02/2024**

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

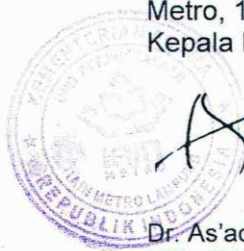
Nama : Rendi Ferdiansyah
NPM : 2003022020
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003022020

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, 13 Februari 2024
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
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 : Rendi Ferdiansyah
NPM : 2003022020
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Dalam Penggunaan E-Money dan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 11%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 20 Februari 2024
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rendi Ferdiansyah
NPM : 2003022020

Fakultas/Prodi : FEBI/ PBS
Semester/TA : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>- Perbaiki hal 66, 67. tidak ada X_3, X_4</p>	
		<p>- Pahami masing-masing indikator per variabel X_1, X_2, X_3, X_4.</p>	
		<p>- Pahami hipotesis awal dan sebelah dr uji validitasnya</p>	

Dosen Pembimbing,

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

Mahasiswa Ybs,

Rendi Ferdiansyah
NPM. 2003022020



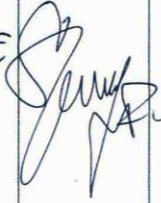
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

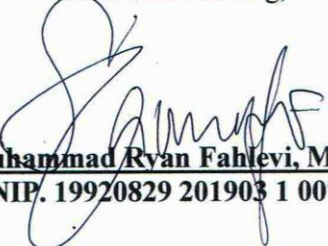
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rendi Ferdiansyah
NPM : 2003022020


Fakultas/Prodi : FEBI/ PBS
Semester/TA : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		ACC APD DAN OUTLINE	

Dosen Pembimbing,


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

Mahasiswa Ybs,


Rendi Ferdiansyah
NPM. 2003022020



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rendi Ferdiansyah

Fakultas/Prodi : FEBI/ PBS

NPM : 2003022020

Semester/TA : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>- Validasi Bab Usd V</p> <p>- ACE Bab IV - V</p> <p>Simpulan Ilmiah berbas adm secara lengkap.</p> <p>- Uji fronton</p> <p>~</p> <p>Phenomena</p>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

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

Rendi Ferdiansyah
NPM. 2003022020

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rendi Ferdiansyah, atau akrab disapa Rendi, lahir di Sukaraja Tiga, 19 Juni 2024. Tinggal bersama orang tua dan dibesarkan di Desa Jaya Guna, Kecamatan Marga Tiga, Kabupaten Lampung Timur. Penulis merupakan anak terakhir dari Alm.Bapak Alamsyah dan Ibu Suharwati. Penulis memiliki 5 saudara.

Penulis telah menyelesaikan pendidikan di SDN Jaya Guna tahun 2006-2012, SMP PGRI 3 Marga Tiga tahun 2012-2015, SMK Muhammadiyah 1 Marga Tiga, dan melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Prodi Perbankan Syari'ah Islam tahun 2020-2024.

Karena sejatinya kesempurnaan hanya milik Sang Maha Pencipta, Jangan Pernah Takut untuk Terus Berjuang, Meskipun Kegagalan Selalu Menghampirimu. Maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi ini, yang dapat disampaikan kepada penulis di alamat email rendyferdian65@gmail.com atau No. HP: 0895323118090