

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL
ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH**

Oleh :

LISA ARIANTI
NPM. 2003020022



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

**PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KAMPUNG
TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH**

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

Oleh :

LISA ARIANTI
NPM. 2003020022

Pembimbing : Yuyun Yunarti, M.Si

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Lisa Arianti
NPM : 2003020022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE
BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR
LAMPUNG TENGAH

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 05 Februari 2024
Pembimbing,

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 197709302005012006

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE
BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR
LAMPUNG TENGAH

Nama : Lisa Arianti
NPM : 2003020022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 05 Februari 2024
Pembimbing,



Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 197709302005012006



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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-0567/In.28.3/D/PP-00-g/02/2024

Skripsi dengan Judul : PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH disusun oleh: LISA ARIANTI, NPM: 2003020022, Jurusan: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 19 Februari 2024

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Yuyun Yunarti, M.Si
Penguji I : Liberty, S.E., M.A
Penguji II : Carmidah, M.Ak
Sekretaris : Iva Faizah, ME



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH

Oleh:

LISA ARIANTI

Pinjaman online merupakan salah satu bentuk pinjaman dana yang dilakukan secara online melalui aplikasi ataupun website tanpa ada pemberian jaminan asset. Salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan pinjaman online bayar nanti adalah perilaku konsumtif yang diminati para remaja. Perilaku konsumtif merupakan sikap yang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pengaruh penggunaan pinjaman online bayar nanti terhadap perilaku konsumtif remaja kampung tanggul angin punggur lampung tengah. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Anggota populasi pada penelitian ini yaitu remaja kampung tanggul angin. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik *cluster random sampling*, adapun jumlah populasi 252 remaja dan menghasilkan sampel 72 remaja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara penggunaan pinjaman online bayar nanti terhadap perilaku konsumtif remaja. Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,294 > t_{tabel} 2,264 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai koefisien determinasi r^2 yaitu sebesar 36,6%, sedangkan 63,4% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian, sehingga dalam penelitian ini hipotesis alternatif (H_a) diterima dan (H_0) di tolak.

Kata Kunci: *Pinjaman Online, ShopeePaylater, Perilaku Konsumtif*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lisa Arianti

Npm : 2003020022

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 05 Februari 2024
Yang Menyatakan,



Lisa Arianti
NPM. 2003020022

MOTTO

مَعَنَا اللَّهُ إِنْ تَحَزَنَ ۖ

Artinya: Janganlah Engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.¹

¹ “QS At-Taubah:40,”.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT. yang Maha Pengasih dan Penyanyang, maka dengan cinta dan ketulusan hati karya ini ku persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua (Bapak Agus Suwito dan Ibu Endang Wigianti) terima kasih sebesar besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan do'a nya yang diberikan selama ini. Terima kasih untuk tidak selalu menuntut apa yang penulis lakukan dan inginkan. Terima kasih atas nasehat yang selalu diberikan meski kadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas segala kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis. Terima kasih telah percaya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan studi sampai Sarjana.
2. Kepada kedua adikku tercinta, Willy Aditia Saputra dan Lita Aprilia. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh Pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat do'a dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat adik-adikku.
3. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Yogi Ade Ramadhan. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Terimakasih telah mendukung,

menghibur, mendengarkan keluh kesah dan tentunya terimakasih untuk selalu siap menghadapi mood penulis yang tidak menentu.

4. Kepada Anisa Septiana, Intan Maharani, Anis Maryuni, Ariana Utami, Aulia Agustin. Terimakasih sudah selalu ada disaat penulis butuh bantuan atau kesulitan, yang selalu memberikan motivasi, kritik dan saran selama penyusunan skripsi ini.
5. Sahabatku Selvi Imelda Putri, Nike Yuliana, Salma Novianti, Veli Juliana Putri, dan Melza Aprilia Azzahra. Terimakasih selalu siap untuk mendengarkan keluh kesah penulis. Terimakasih untuk do'a dan support sehingga penulis menyelesaikan study Pendidikan Sarjana.
6. Kepada Ibu Yuyun Yunarti, M.Si pembimbing skripsiku yang luar biasa dalam membimbing, memberikan arahan serta nasehat kepada penulis untuk sampai berada di tahap ini. Terimakasih untuk pembimbing yang baik dan sabarnya luar biasa.
7. Kepada teman-teman angkatan 20 Perbankan Syariah Terimakasih untk dukungan dan doanya.
8. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik niat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar tanpa hambatan yang berarti. Sholawat serta salam sennatiasa tersanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut di teladani bik dalam perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah – mudahan kelak kita akan mendapatkana syafa'at beliau du yaumil akhir amin.

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagiandari persyaratan untuk menyelsaikan pendidikan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor Islam Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Yuyun Yunarti, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan dan memotivasi.

5. Serta seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islm IAIN
Metro.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam
melakukan penulisan skripsi selanjutnya, dan pada akhirnya peneliti berharap
hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan
ilmu pengetahuan Perbankan Syariah dan bagi pihak – pihak yang terkait.

Metro, 5 Februari 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink on a light beige rectangular background. The signature is stylized and cursive, appearing to read 'LISA ARIANTI'.

LISA ARIANTI
NPM 2003020022

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
F. Penelitian Relevan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pinjaman Online	17
1. Pengertian Pinjaman Online (Fintech Lending).....	17
2. Jenis – Jenis Pinjaman Online.....	18
3. Kelebihan dan Kekurangan Pinjaman Online.....	26
4. Indikator Pinjaman Online	28
B. Perilaku Konsumtif	29
1. Definisi Perilaku Konsumtif	29
2. Jenis Jenis Perilaku Konsumtif	30
3. Faktor – Faktor Yang Perilaku Konsumtif	32
4. Indikator Perilaku Konsumtif	35
C. Perilaku Konsumtif dalam Pandangan Islam	37
D. Kerangka Pemikiran.....	38
E. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	40
B. Definisi Operasional Variabel	41
C. Populasi dan Sampel	43
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Instrumen Penelitian	46
F. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	55
-------------------------------------	----

1. Sejarah Kampung Tanggul Angin.....	55
2. Visi dan Misi Kampung Tanggul Angin	56
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	57
1. Karakteristik Responden.....	57
2. Teknik Analisis Data	59
3. Uji Asumsi Klasik	61
4. Uji Regresi Linear Sederhana	63
5. Uji Hipotesis	65
6. Koefisien Determinasi	66
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian	Error! Bookmark no
1. Pengaruh Penggunaan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.....	67
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Skala Likert

Tabel 3.2 Indikator Variabel

Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Dusun

Tabel 4.4 Hasil Uji *Kromologrov-Smirnov* One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedasitias

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penggunaan Internet Terbesar Di Dunia Tahun 2023

Gambar 1.2. Data Pinjaman Online Terbesar

Gambar 1.3. Pengunjung *e – commerce* terbanyak di Indonesia 2023

Gambar 1.4. Total Unduhan Google Play Store

DAFTAR LAMPIRAN

1. Output Uji Validitas Variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X)
2. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y
3. Output Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Remaja (Y)
4. Uji Reabilitas Variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X) dan Variabel Perilaku Konsumtif Remaja (Y)
5. Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y
6. Surat Bimbingan Skripsi
7. Izin pra Survey
8. Balasan Izin Pra Survey
9. Outline
10. Alat Pengumpulan Data (APD)
11. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
12. Foto Dokumentasi

BAB I

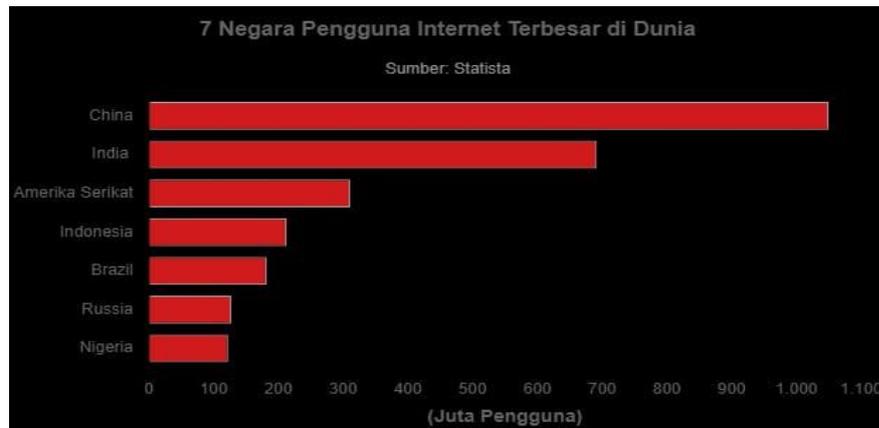
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman teknologi digital pada saat ini telah membawa gaya hidup masyarakat modern semakin serba instan. Disamping itu, teknologi saat ini telah diakui secara luas sebagaimana memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan masyarakat dan juga telah mengubah pola cara orang berpikir, hidup, dan berinteraksi dengan orang lain.¹ Kemajuan teknologi ini ditandai dengan munculnya berbagai media komunikasi yang canggih dan berpengaruh dalam bidang sosial masyarakat dan salah satunya internet.

Internet menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Keberadaan internet sebagai media informasi dan komunikasi membuat proses berkomunikasi menjadi lebih mudah yang membuat dunia menjadi tanpa batas. Kemajuan teknologi membuat masyarakat cenderung lebih banyak memanfaatkan teknologi baru, yaitu media online dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidupnya. Penggunaan media internet terus meningkat, dan penggunaannya tidak hanya anak sekolah dan pelajar, tetapi juga orang dewasa, orang tua, dan semua orang dari berbagai negara pun dapat mudah mengakses internet. Berikut adalah gambar penggunaan internet terbesar di dunia.

¹ Gabriella Marysca Enjel Nikijuluw, Ari Rorong, and Very Y Londa, "Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara," n.d.



Gambar 1.1. Penggunaan Internet Terbesar Di Dunia Tahun 2023

Sumber : <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-Flw6V>

Pada gambar 1.1 Indonesia berhasil menduduki urutan nomor 4 dengan populasi terbanyak penggunaan internet di dunia. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022 – 2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% di bandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210.03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa². Berdasarkan jenis kelamin menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survei menunjukkan kenaikan penetrasi internet untuk laki – laki sebesar 79,32% dari total populasi laki – laki, sementara tingkat penetrasi internet untuk perempuan sebesar 77,36 persen dari total populasi perempuan di Indoneisa.³

² Abror Fauzi Andrian W. Finaka, “Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia,” *Diakses Pada 28 September 2023*, n.d., <https://indonesiabaik.id>.

³ Muhammad Arif, “Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII),” *diakses pada 08 novmeber 2023, pada pukul 20.25 WIB*, maret 10, 2023,

Salah satu kemudahan yang dapat dirasakan dengan adanya internet adalah dapat memudahkan masyarakat untuk berbelanja secara online, karena dengan cara inilah masyarakat tidak perlu merasa kesulitan untuk memperoleh barang yang diinginkan. Dengan adanya fenomena yang terjadi saat ini banyak bermunculan berbagai penyediaan layanan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi apa yang diinginkan masyarakat tersebut, salah satunya bisnis *online* atau yang populer disebut *e-commerce*.⁴ Pada tahun 2022-2023 banyak sekali *e-commerce* yang dapat ditemui oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dalam aplikasi ataupun website seperti yang sedang trend pada saat ini yaitu pinjaman online bayar nanti (*finetech technology*) yang tersedia di *e-commerce*.

Pinjaman Online (*Fintech technology*) merupakan sebuah inovasi di sektor keuangan dengan mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi keuangan. Pengaruh dari pinjaman online ini terdiri dari banyak aspek salah satunya yaitu media sosial.⁵ Dengan adanya *fintech*, seseorang sekarang yang ingin mengajukan pinjaman cukup mendownload aplikasi atau mengakses *website* penyedia layanan pinjaman, mengisi data dan mengupload dokumen yang dibutuhkan dan dalam waktu yang *relative* cepat pinjaman langsung cari ke rekening peminjam. Namun, akses negatif bermunculan

<https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.

⁴ Dony Oscar, Endang Retnoningsih, "Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E - Commerce Berpengaruh Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Online Dengan Metode Technology Acceptance Model," *Indonesian Journal on Software Engineering* 4, no. 1 (2018).

⁵ Hendra Kusuma dan Wiwiek Kusumaning Asmoro, "Perkembangan Financial Technology (Fintech) Berdasarkan Persepektif Ekonomi Islam," *Journal Of Islamic Economic Development* 4, no. 2 (2020): 144-45.

seperti terbarnya data pribadi peminjam karena proses verifikasi pinjaman online dilakukan secara online dan akan meminta persetujuan dari penerima pinjaman untuk mengakses semua data hal ini sangat berisiko tinggi data pribadi penerima pinjaman untuk disalahgunakan.

Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai penyaluran pinjaman online di Indonesia mencapai Rp18,72 triliun pada Oktober 2022. Pinjaman tersebut disalurkan kepada 14,11 juta entitas peminjam. Per bulan Oktober 2022 dana pinjol paling banyak disalurkan kepada nasabah di Jawa Barat, yakni mencapai 3,89 juta entitas. DKI Jakarta menempati peringkat kedua dengan jumlah nasabah pinjaman online sebanyak 3,01 juta entitas. Diikuti Jawa Timur sebanyak 1,58 juta entitas, Banten 1,30 juta entitas, dan Jawa Tengah 1,14 juta entitas. Lampung berada pada peringkat sembilan dengan jumlah nasabah pinjaman online sebanyak 238 ribu entitas.⁶



Gambar 1.2. Data Pinjaman Online Terbesar
Sumber: Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi

⁶ Operator PPID Lampung, “10 Provinsi Dengan Nasabah Pinjaman Online Terbesar,” January 2023, sec. diakses pada 28 November 2023, <https://ppid.lampungprov.go.id/detail-post/10-Provinsi-Dengan-Nasabah-Pinjaman-Online-Terbesar>.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) pun pernah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa pinjol tidak sesuai dengan syariat Islam. Ijtima Ulama menetapkan aktivitas pinjaman online haram dikarenakan terdapat unsur riba, memberikan ancaman, dan membuka rahasia atau aib seseorang kepada rekan orang yang berutang. Hal tersebut tentu saja berseberangan dengan ajaran Islam.

Dalam Al-Qur'an surat Al Baqarah ayat 275, Allah SWT bahkan telah melarang umat-Nya untuk melakukan riba:

الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ

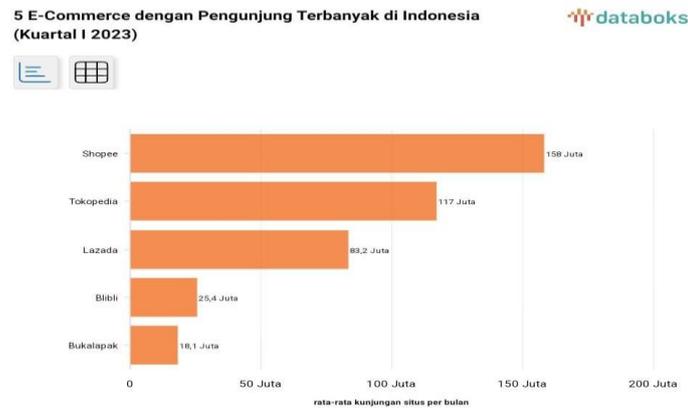
Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”⁷

Pada dasarnya, pinjaman online tidak sepenuhnya haram. Pernyataan tersebut tentu saja harus didasari pada proses dan praktiknya. prinsip akad pinjam meminjam adalah tolong menolong membantu sesama, Ijtima' Ulama MUI dengan tegas mengharamkan segala jenis bentuk pengambilan keuntungan dari akad pinjam meminjam baik secara online maupun offline. Alasannya, hal ini termasuk riba. dalam islam terkait pinjaman online hukumnya tidak diperbolehkan, lembaga yang mempraktikan pinjaman online harus memperhatikan beberapa hal agar sesuai dengan niali syariah.⁸ Ijtima' Ulama berpendapat bahwa memberikan ancaman fisik atau membuka rahasia (aib) seseorang yang tidak mampu membayar utang adalah haram. Adapun

⁷ “Al-Baqarah(275),” *Quran.Com*, n.d., <https://quran.com/id/sapi-betina/275-278>.

⁸ Arinda Elsa Fitra, “Dilema Pinjaman Online Di Indonesia: Tinjauan Sosiologi Hukum Dan Hukum Syariah,” *Jurnal Syariah Dan Hukum* 19, no. 2 (2021).

memberikan penundaan atau keringanan dalam pembayaran utang bagi yang mengalami kesulitan, merupakan perbuatan yang dianjurkan (mustahab).



Gambar 1.3. Pengunjung e – commerce terbanyak di Indonesia 2023

Sumber: databoks

Pada Gambar 1.3 dapat dilihat bahwasannya *Shopee* tercatat sebagai platform belanja online nomor 1 di Indonesia dengan jumlah total 100 juta unduhan terbanyak di Google Play Store. Pengunjung *e-commerce* terbanyak di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 158 juta, urutan ke 2 *Tokopedia* dengan pengunjung terbanyak 117 juta, *Lazada* 83,2 juta, *Bilibili* 25,4 juta, *Bukalapak* 18,1 juta.⁹ *Shopee* hadir dengan memberikan penawaran – penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu dengan banyak promo – promo metode pembayaran yang memudahkan konsumen, gratis ongkir, harga barang yang lebih mudah, dan memberikan fitur layanan baru seperti *ShopeePaylater* dan *Spinjam*. Pemanfaatan *fintech* semakin diminati, terutama ketika muncul layanna cicilan tanpa *credit card* atau kartu kredit yang dibuat secara memikat.

⁹ Adi Ahdiat, “5 E - Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023,” Mei 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>.



Gambar 1.4. Total Unduhan Google Play Store
Sumber: Google Play Store

Kehadiran *platform Shopee* ini memberikan banyaknya penawaran – penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu banyaknya promo – promo, gratis ongkir, harga yang lebih murah, ditambahkan dengan adanya fitur terbaru dari *Shopee* yaitu *Shopee Paylater* dan *Spinjam* yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran dan peminjaman uang. Dengan adanya ini tentu akan mendorong pembelian produk yang akan menjadikan masyarakat lebih bersikap konsumtif, mereka akan rela menghabiskan uang hanya demi memenuhi hasrat keinginan melainkan bukan kebutuhan mereka.

Menurut Sumartono, gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan yang menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya seseorang telah menggunakan produk dengan fungsi yang sama namun berbeda merk brand saja.¹⁰ Perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah, berlebihan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan

¹⁰ Eni Nur Aini, Anik Lestari Andjarwati, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020).

memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar – besarnya.¹¹ Budaya konsumtif merupakan salah satu budaya turun temurun dan secara tidak sadar telah bertahan di Indonesia. Meskipun tidak semua masyarakat berperilaku konsumtif, tetapi mayoritas dari masyarakat berperilaku demikian. Karakteristik perilaku konsumtif serta perkembangan teknologi sangat melekat pada generasi saat ini, sehingga dianggap paling mudah terpengaruh oleh pola konsumsi yang berlebihan.

Munculnya pinjaman – pinjaman *online* yang dapat merusak perekonomian masyarakat saat ini dampaknya sudah sangat luar biasa hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sheila Wijayanti dengan “hasil penelitian yaitu dampak yang akan muncul dalam kasus peminjaman online kebanyakan adalah saat jatuh tempo jangka yang diberikan, konsumen tidak dapat membayar tagihannya, sehingga penagih akan diambil alih terhadap pihak ketiga yakni *debt collector*. Penagihan juga akan dilakukan kepada pihak terdekat konsumen yakni keluarga, saudara, dan teman terdekat. Dampak – dampak lain yang membuat rusaknya perekonomian masyarakat yaitu 1) Bunga atau denda yang diberikan terlalu tinggi. 2) penagihan yang dilakukan pada kontak darurat yang disertakan oleh konsumen saat pendaftaran. 3) Bunga yang bertambah tinggi.”¹²

Fenomena yang terjadi di Kampung Tanggul angin dimana para remaja pada usia 15 – 20 tahun banyak menggunakan aplikasi pinjaman

¹¹ Dr. Sjeddie R. Watung , MAP, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (Cv. Bintang Semesta Media, 2022).

¹² Sheila Wijayanti, “Dampak Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Buruh Pabrik,” *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi* 2, no. 2 (2022): 234–233.

online, hal ini menjadikan remaja Kampung Tanggul Angin lebih mudah dalam berbelanja dalam aplikasi *shopee*. Banyaknya remaja pada laki-laki yang menggunakan aplikasi *shopee* 13 orang, untuk perempuan yaitu 64 orang. Berikut uraian penggunaan *shopeepaylater* dan *spinjam* sesuai jenis kelamin:

No	Jenis Kelamin	Umur	Jumlah
1	Laki-Laki	16	5
		20	8
2	Perempuan	16	5
		17	14
		18	9
		19	11
		20	20

Beberapa pengaruh terjadi karena adanya media sosial dan juga faktor dari lingkungan seperti pada remaja perempuan adanya persaingan antar remaja membeli produk pakaian, skincare, alat make up, sepatu, tas dan sebagainya, pada remaja laki-laki seperti barang jam tangaam, sepatu, pakaian dan sebagainya yang membuat mereka menjadi berperilaku konsumtif.

Fenomena diatas dikuatkan dengan hasil wawancara 5 remaja masyarakat Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah:

“Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan fitur *Shopee Paylater* dan *Spinjam* mampu membantu memenuhi keinginan dan kebutuhannya, mereka menuturkan apabila menggunakan fitur ini transaksi lebih cepat dan mudah. tetapi mereka juga menyadari dengan menggunakan terus menerus aplikasi ini tidak baik akan ada resiko yang nantinya terjadi seperti kecanduan, tidak bisa membayar di saat keterlambatan jatuh tempo dengan bunga yang lumayan bagi di kalangan remaja.”¹³

¹³ Selvi Imelda Putri, “Wawancara Remaja Kampung Tanggul Angin,” Dilakukan Pada 09 November 2023.

Namun dari kelima yang saya wawancarai ada satu remaja yang takut dan ingin mengurangi untuk melakukan kebiasaan menggunakan pinjaman online *Shopee Paylater* dan *Spinjam* ini:

“Ya beranggapan saat ini memang bisa saja untuk membayar dikarenakan uang saku masih terus dikasih oleh orang tua, Cuma takutnya disaat libur telah tiba atau waktu sudah lulus sekolah cicilan itu masih ada, dan saya tidak lagi mempunyai tabungan bagaimana saya bisa membayarnya. Maka dari itu saat ini saya membatasi diri untuk berbelanja menggunakan *Shopee Paylater* ataupun meminjam duit di *Spinjam*, agar bisa terhindar dari yang sudah saya bilang tadi”.¹⁴

Tidak hanya melalui wawancara saja, tetapi peneliti juga melakukan penyebaran angket melalui polling media *Whatsahpp* untuk mengetahui seberapa sering mereka menggunakan fitur *Shopee Paylater* dan *Spinjam*. Berdasarkan hasil polling penyebaran angket melalui media *Whattshapp*, bahwasanya remaja yang menggunakan aplikasi *Shopee* 95%, fitur *Shopee Paylater* 89.80%, fitur *Spinjam* 85%. Penggunaan *Shopee* di kalangan masyarakat *Kampung Tanggul Angin* sudah menyebar luas, sehingga hampir seluruh masyarakat menggunakan aplikasi *Shopee*.

Berdasarkan hasil prasurvey serta permasalahan yang telah diuraikan maka fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ” **Pengaruh Penggunaan Pinjaman Online “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah**). Objek penelitian ini adalah remaja *Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah*. Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih populasi tersebut karena seiring perkembangan teknologi

¹⁴ Yavira Anisa, “Wawancara Remaja *Kampung Tanggul Angin*,” November 9, 2023.

yang semakin canggih dan berkembang di sebagian besar masyarakat mengetahui dan menggunakan aplikasi *Shopee* dan menggunakan fitur *Shopee Paylater*, *Spinjam* untuk belanja online dan pinjam uang, sehingga peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Pinjaman *Online Bayar Nanti* Fitur *Shopee Paylater* dan *Spinjam* terhadap perilaku konsumtif remaja.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Sebagian dari remaja belum terbiasa untuk menggunakan dan mengaktifkan pinjaman online melalui fitur *Shopee Paylater* dan *Spinjam*.
2. Remaja banyak terpengaruh pinjaman online bayar nanti melalui media sosial.
3. Remaja tidak ingin menanggung resiko yang didapat ketika menggunakan pinjaman online bayar nanti melalui fitur *Shopee Paylater* dan *Spinjam*.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian di batasi oleh satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu: pinjaman online “bayar nanti”. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Permasalahan dari skripsi ini dibatasi pada maraknya penggunaan media sosial, banyaknya melakukan pinjaman – pinjaman online yaitu pada aplikasi *Shopee* Fitur *Shopee Paylater* dan

Spinjam pada remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah dari usia 10 – 20 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh yang signifikan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah?”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan penggunaan pinjaman online bayar nanti terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan kajian pinjaman online bayar nanti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja,

b) Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan yang dapat digunakan oleh pihak – pihak terkait konsumen dan pembaca.

F. Penelitian Relevan

1. Intan Permata Sari, 2023. “Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media *E – Commerce* Shopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu”

Hasil penelitian: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fitur pembayaran *Shopee Paylater* dalam media *e – commerce Shopee* terhadap kepercayaan belanja *online* pada mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Terdapat 95 sampel yang telah ditetapkan sebagai responden dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan studi pustaka yang relevan. Adapun data kuesioner yang dikumpulkan dianalisis menggunakan *regresi linear sederhana* dengan menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh dari fitur *pembayaran Shopee Paylater* dalam media *e – commerce Shopee* terhadap kepercayaan belanja *online* pada mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu sebesar 80,9% dan sisanya 19,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diujikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *use and gratification*, di mana pengguna fitur pembayaran *Shopee Paylater (use)* berperan aktif dalam memilih fitur tersebut untuk melakukan transaksi pembayaran yang kemudian menjadi pemicu kepercayaan belanja *online*.¹⁵

¹⁵ Intan Permata Sari, “Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media EcommerceShopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa Fisip Universitas Bengkulu,” *Jurnal Kaganga* 7, no. 1 (April 2023), <https://ejournal.unib.ac.id/jkaganga/article/view/23986/12453>.

Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek dan lokasi penelitian. Sedangkan kesamaanya adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan Shopee Paylater.

2. Asmiyati Khusnul Maryam, 2023. “Determinasi Masyarakat Cirebon dalam Menggunakan Layanan Spinjam”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penentu minat masyarakat Cirebon dalam menggunakan Spinjam. Hasil dari penelitian ini secara parsial variabel kepercayaan dan kenyamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Cirebon dalam menggunakan fitur Spinjam.

Nilai koefesie determinasi (R^2) kepercayaan dan variabel kemudahan memberikan kontribusi sebesar 33,6% dalam menjelaskan variasi pada variabel minat masyarakat Cirebon menggunakan fitur Spinjam. Responden mayoritas beragama islam dan mengetahui bahwa pinjaman online Spinjam mengandung riba dan resiko tinggi, sebagian besar masih tertarik menggunakan layanan tersebut karena dirasa sangat mudah dan efesien.¹⁶

Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu teknik analisis data yang diambil. Sedangkan persamaannya untuk mengetahui tentang pinjaman online dengan fitur spinjam.

¹⁶ Siti Maemunah Asmiyati Khusnul Maryam, “Determinan Masyarakat Cirebon dalam Menggunakan Layanan SPinjam,” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1, no. 1 (2023): 32–40.

3. Sonia Aftika, 2022. “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran ShopeePaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah”

Berdasarkan pra riset yang dilakukan terhadap 109 mahasiswa di Bandar Lampung melalui kuisioner online google form, ditemukan bahwa 106 mahasiswa dengan sistem pembayaran ShopeePayLater dalam waktu seminggu justru menurunkan perilaku konsumennya. Hal ini berbanding terbalik dengan alasan logis bahwa menggunakan ShopeePayLater seharusnya meningkatkan perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan data primer dengan angket online kepada mahasiswa dan populasi 23.901 mahasiswa aktif di UIN Raden Intan Lampung, sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang diolah menggunakan SmartPls 3 dan SPSS versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan ShopeePayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung. Dalam perspektif bisnis syariah, hal ini diperbolehkan dalam Islam karena pembayarannya tidak dicicil tetapi pada awal bulan berikutnya dimana jumlah tambahan yang harus dibayar saat checkout berupa biaya layanan atau margin penjualan dan tidak berupa bunga pinjaman (qardh).¹⁷

¹⁷ Sonia Aftika, “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran ShopeePaylater ‘Bayar Nanti’ Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah,” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.11228>.

Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada teori penelitian yang di tulis oleh sonia dkk membahas Shopeepaylater “Bayar Nanti” ke dalam perspektif islam, sedangkan yang penulis lakukan tidak ada dalam perspektif islam. Persamaan dari peneletian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pinjaman Online

1. Pengertian Pinjaman Online (Fintech Lending)

Fintech Lending atau pinjaman berbasis teknologi informasi adalah satu di antara inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung.¹ *Fintech Lending* disebut juga dengan pinjaman *online* dan peningkatan layanan dibidang industri keuangan merupakan salah satu bentuk dan fungsi dari *fintech*.

Pinjaman *online* merupakan salah satu bentuk pinjaman dana yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi ataupun *website* tanpa ada pemberian jaminan *asset*.² Adapun cara kerja pinjaman *online* ialah penyelenggara hanya berperan sebagai perantara yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. Dari bermacam – macam layanan yang disediakan oleh penyelenggara *fintech*, salah satu layanan yang menarik banyak peminatnya yakni layanan pinjam meminjam duit dan pengadaan modal berbasis teknologi informasi ataupun yang diucap

¹ Jeremy Zefanya Yaka Arvante, “Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online,” *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 2, no.1 (February 2, 2022): 73–87, <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736>.

² Jamaludin, *Waspada Jeratan Pinjaman Online* (Mei, 2023, n.d.).

dengan *Peer to Peer Lending* yang mana masyarakat lebih mengenal istilah ini dengan sebutan pinjaman *online* (pinjol).³

Eksistensi layanan *fintech peer to peer lending* atau lebih familiar di masyarakat dengan sebutan layanan pinjaman *online* (pinjol) ini diawasi secara langsung oleh badan resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pasal 1 ayat 3 POJK NO.77/2016 “*fintech* pinjaman *online* (pinjol) ini merupakan penyelenggara layanan jasa keuangan yang menjembatani antara pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman membuat perjanjian pinjam meminjam duit memakai mata uang rupiah secara langsung”.⁴

2. Jenis – Jenis Pinjaman Online

a. Akulaku

Akulaku merupakan *platform* finansial konsumen terkemuka di Asia Tenggara, berkomitmen untuk menyediakan layanan finansial kelas dunia, termasuk belanja dengan angsuran di *platform online marketplace* yang dikelola mandiri dan berbagai *platform marketplace* lainnya serta pinjaman tunai yang fleksibel. Akulaku memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup para mitra dan konsumen dengan menghadirkan ekosistem finansial yang lengkap dan andal. Beberapa mitra yang sudah bergabung diantaranya Xiaomi, Vivo, Oppo, Realme, Ayoto, Puma, Focallure. Akulaku juga mempunyai fitur terbaru yaitu *Paylater* yang dimana fitur tersebut bisa digunakan

³ Hari Sutra Disemadi, “Urgensi Suatu Regulasi yang Komprehensif Tentang Fintech Berbasis Pinjaman Online Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia” 7 (2021).

⁴ Yasonna H. Laoly, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan,” n.d., diakses pada 21 November, pukul 17.07 WIB, <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>.

untuk berbelanja online di JD.ID, Tiket.com, Zenius, Shopee, Bukalapak dan Blibli.⁵

b. Shopee

Shopee merupakan salah satu *industry e – commerce* yang bergerak dibidang aplikasi pinjaman *online*.⁶ *Shopee* hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. *Shopee* memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan mudah. Saat ini angka unduhan aplikasi *Shopee* telah mencapai 100 juta unduhan di Google Playstore⁷.

Sasaran penggunaan *Shopee* adalah kalangan remaja muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk kegiatan berbelanja untuk itu *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Kategori produk yang ditawarkan *Shopee* lebih mengarah pada produk dan perlengkapan rumah tangga.⁸ *Shopee* menghadirkan inovasi baru dalam fitur yaitu *Shopee Paylater* dan *Spinjam*.

⁵ Akulaku, “Belanja, Cici;an, Dan Digital Bank,” Diakses pada 4 Desember, pukul 20.01 WIB 2023, <https://www.akulaku.com/>.

⁶ Diah Pranitasari, Ahmad Nurafif Sidqi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik *Shopee* Menggunakan Metode E - Service Quality Dan Kartesius,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (Jam)* 18, no. 2 (Oktober 2021).

⁷ Dhany Yudha Pratama Widodo, Henny Prasetyani, “Pengguaan *Shopee* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Sebagai Naraahubung Sosial Marketing,” *Journal of System, Information Technology, and Electronic Engineering* 2, no. 2 (December 30, 2022), <https://doi.org/10.31331/jsitee.vlil.kodeartikl>.

⁸ Ricco Herdiyan Saputra Wini Waziana, “Pemanfaatan E-Commerce *Shopee* Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu - Ibu PKK Pelaku Bisnis” 1, no. 2 (May 2022).

1) Shopee Paylater

Shopee Paylater adalah jasa pinjam meminjam berbasis invoasi data yang menyatukan pemberi kredit dan oenerima kredit dalam hal pembelian kredit oleh pemberi kredit kepada peminjam dalam rupiah langsung melalui tahapan sebagaimana terutang dalam PJOK No. 77/2016.⁹ Jasa ini diberikan oleh *Shopee* yang digunakan sebagai startegi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi *Shopee*. Kehadiran *Shopee Paylater* yang mendasari dirasakan oleh penjual *Shopee* saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna *Shopee*.

Shopee Paylater merupakan fitur dalam pinjaman berupa limit saldo yang yang tidak dapat ditransfer ke saldo *Shopee Paylater* maupun limit *Spinjam*, fitur yang berada di *platform e-commerce Shopee*, yang dianggap masih baru keberadaannya. Pengguna *Shopee* dapat menggunakan *Paylater* dengan sistem pembayaran secara kredit atau melalui cicilan dikemudian hari.¹⁰ *Shopee Paylater* yang disediakan oleh PT. Commerce Finance dengan metode pembayaran Beli Sekarang, Bayar Nanti memberikan beberapa kali angsuran atau cicilan kepada pengguna dengan berbagai bunga yang diberikan. PT. Commerce Finance ini juga

⁹ “Otoritas Jasa Keuangan, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor.77/PJOK.01/2016,” n.d.

¹⁰ Sonia Aftika, Hanif, Yulistia Devi, “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran *Shopee Paylater* ‘Bayar Nanti’ Terhadap Perilaku KOnsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Persepektif Bisnis Syariah,” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022): 87, <https://doi.org/10.24042/revenue.v3il.11228>.

telah diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Untuk cicilan 1 kali, 3 kali, 6 kali sampai 12 kali, biaya penangannya yaitu 1%, suku Bunga 2,95% dari total pembelanjaan dan jikalau ada keterlambatan dalam pembayaran maka akan dikenakan biaya keterlambatan sebesar 5% perbulan dari total tagihan yang telah jatuh tempo.

Mengenai keterlambatan pembayaran yang dilakukan oleh peminjam maka keterlambatan pembayaran tersebut dapat mengakibatkan sebagai berikut:

- a) Denda berupa 5% dari total tagihan
- b) Dapat mempengaruhi limit *shopee paylater* yang ada pada peminjam
- c) Akun Shopee yang dimiliki peminjam dapat dibekukan.
- d) Pembatasan penggunaan voucher.
- e) Tercatat di SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) OJK (Otoritas Jasa Keuangan).
- f) Penagihan lapangan (*field collector*).¹¹

2) Spinjam

Spinjam merupakan produk layanan pinjaman tunai untuk pengguna di aplikasi Shopee yang disediakan oleh PT. Lentera Dana Nusantara (sebagai operator *platform* layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi/P2P Lending) serta pihak lain

¹¹ Budi Putri Utami, "Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kita Undang - Undang Hukum Perdata," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum (JIMHUM)* 1, no. 3 (March 11, 2021): 1–13.

yang bekerja sama dengan PT. Lentera Dana Nusantara memberikan pinjaman bagi pengguna. Fitur ini memudahkan pengguna *Shopee*, baik posisinya sebagai “pembeli” maupun sebagai “penjual”. Fitur ini sangat berbeda dengan fitur *shopee* lainnya, seperti *Shopee Paylater* yang juga menyediakan pinjaman berbasis *fintech* berbentuk uang elektronik atau limit pinjaman yang tidak bisa ditransfer ataupun dicairkan, fitur ini hanya bisa digunakan untuk berbelanja di *marketplace*. Sedangkan, fitur layanan *Spinjam* merupakan layanan pinjaman berbasis *fintech* yang dananya bisa dicairkan dan ditransfer langsung ke rekening bank pribadi pengguna *Shopee*, sehingga dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan lainnya sesuai selera pengguna *Shopee*.¹²

Untuk proses aktivasi dan pengajuan pinjaman berbasis *fintech* pada fitur *Spinjam* ini cukup mudah, karena dapat dilakukan dimana saja, tidak terbatas oleh ruang dan waktu serta tidak menyulitkan bagi penggunanya. Pengguna hanya cukup mengunduh aplikasi *Shopee* di perangkat *smartphone* berbasis android di aplikasi *Play Store*, kemudian bisa mengikuti panduan yang telah disediakan.

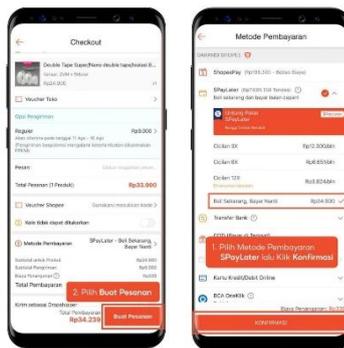
Beberapa persyaratan untuk mengaktifkan *Spinjam* yang telah ditetapkan oleh *Shopee* dan perusahaan *fintech* PT. Lentera Dana Nusantara (LDN) yaitu sama saja dengan mekanisme

¹² Nanda Tri Lestari, Muhammad Ali Murtadlo, “Praktik Utang - Piutang Pada *Shopee* Pinjam Menurut Teori Qard (Studi Kasus Desa Nglandung Kabupaten Madiun),” *Jurnal Analogi Hukum* 3, no. 1 (July 2023).

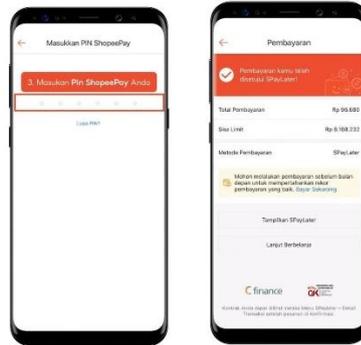
mengaktifkan fitur layanan *Shopee Paylater*. Namun ada perbedaan dari suku bunga diantara *Shopee Paylater* dan *Spinjam*. Suku bunga yang ada pada fitur *Spinjam* yaitu 2,45% perbulan yang harus dibayar oleh pengguna jasa pinjaman online dan menetapkan biaya administrasi sampai 3% per transaksi. Apabila terjadi keterlambatan cicilan, maka akan dikenakan saksi denda yang harus di bayar oleh pengguna sebesar 5% dari total tagihan dan otomatis terakumulasi dengan tagihan bulan berikutnya. Untuk menghindari biaya keterlambatan maka dapat dilakukan pembayaran paling lambat dengan tanggal jatuh tempo yang tertera di aplikasi *Shopee* pada halaman *Spinjam* yaitu tanggal 1, tanggal 5, tanggal 11 atau tanggal 25 setiap bulannya.

3) Mekanisme Penggunaan Shopee Paylater dan Spinjam

a) Metode Pembayaran *Spaylater*



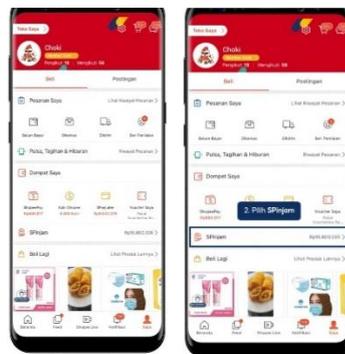
Pilih barang yang ingin di *cek out*, lalu klik metode pembayaran, pilih *Spaylater* sebagai metode pembayaran.



Masukan pin, pin *Paylater* sama dengan pin *Shopepay*. Selanjutnya klik Ok.

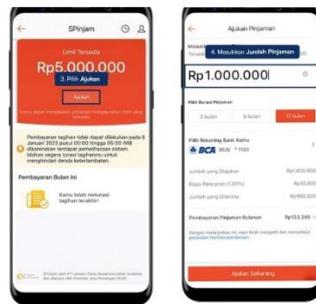
Jika harga produk di bawah Rp 50.000, maka hanya ada pilihan Beli Sekarang dan Bayar Nanti, bahwasannya tidak ada pilihan cicilan 3x, 6x, dan 12x. limit *Spaylater* akan berkurang ketika pembayaran berhasil terverifikasi dan tagihan akan muncul setelah pesanan selesai.¹³

b) Metode *Spinjam*

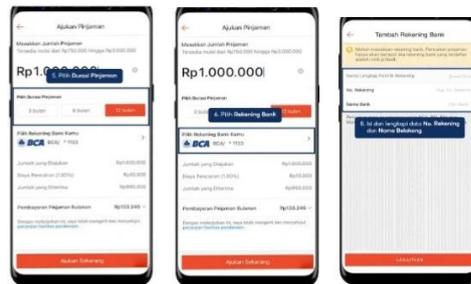


Klik tab saya, lalu pilih fitur *Spinjam*.

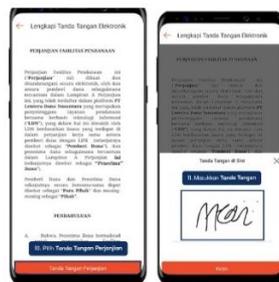
¹³ Tanya Choki, "Metode Pembayaran Dengan Spaylater," Diakses pada tanggal 3 Desember, pukul 11.17 WIB 2023, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/cara-menggunakan-spaylater/>.



Klik ajukan, lalu ketik nominal yang akan diajukan



Selanjutnya pilih durasi berapa lama cicilan akan diambil, lalu pilih rekening Bank, selanjutnya isi nama lengkap dan nomor rekening.



Selanjutnya akan muncul tanda tangan perjanjian, pilih tanda tangan, lalu kirim.

Batas mengajukan *Spinjam* minimal Rp500.00 dan batas limit pinjaman sebesar limit *Spinjam* yang terdapat di akun shopee masing-masing.¹⁴

¹⁴ Tanya Choki, "Metode Penggunaan Spinjam," Diakses Pada 3 Desember 2023, Pukul 13.45 WIB, n.d., <https://help.shopee.co.id/portal/article/72562>.

3. Kelebihan dan Kekurangan Pinjaman Online

Berikut merupakan kelebihan dan kekurangan pinjaman online yang dapat digunakan sebagai pertimbangan:

a. Kelebihan

1) Proses pencairan yang cepat

Salah satu hal yang menjadi daya tarik pengguna adalah proses pencairan yang cepat. Biasanya pencairan dana membutuhkan waktu sekitar 1 – 2 hari. Bahkan ada yang langsung cair di hari yang sama. Ini sangat cocok digunakan bagi yang membutuhkan dana darurat. Terlebih lagi pengajuan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

2) Syarat Mudah

Selain pencairan dana yang cepat, syarat pengajuannya pun mudah. Tidak seperti pengajuan pinjaman ke bank konvensional atau lembaga keuangan lainnya yang membutuhkan banyak dokumen hingga jaminan. Pinjaman online pada umumnya hanya membutuhkan KTP, foto diri, serta slip gaji sebagai penunjang limit kredit.¹⁵

3) Tanpa Jaminan

Tanpa jaminan merupakan salah satu kelebihan utama yang menjadi daya tarik konsumen. Karena mereka tidak perlu menjaminkan apapun untuk dana yang kecil sebagai dana darurat.

¹⁵ Rodes Ober Adi Guna Pardosi, “Per;Lindungan Hak Penggguna Layanan Pinjaman Online Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia (Protection of the Rights of Online Loan Customers from a Human Rights Perspective),” *Jurnal HAM* 11, no. 3 (Desember 2020), <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.30641/ham.2020.11.353-368>.

4) Dapat Digunakan Untuk Berbagai Kebutuhan

Pinjaman dari bank konvensional atau lembaga syariah biasanya harus jelas penggunaannya (untuk modal bisnis atau pembiayaan) saat pengajuan disertai dengan syarat – syarat khusus sesuai penggunaannya. Sedangkan dana dari pinjaman online dapat digunakan sebagai dana darurat atau kebutuhan konsumtif lainnya.¹⁶

b. Kekurangan

1) Nominal pinjaman yang kecil

Pinjaman online terkenal dengan syaratnya yang lebih mudah, sehingga dengan pencairan dana yang cepat serta kelengkapan dokumen yang lebih sedikit, tentu saja limit kredit yang diberikan tidak sebesar meminjam di lembaga keuangan lain. Rata – rata dana pinjaman yang diberikan berkisar antara Rp500 ribu hingga Rp3 juta.

2) Bunga Tinggi

Pinjaman konvensional baik melalui perbankan atau lembaga lainnya, umumnya akan dikenakan bunga pinjaman. Hal ini juga berlaku dalam pinjaman online ilegal. Selain mempertimbangkan tenor pengembalian pinjaman, hal yang perlu diperhatikan adalah bunga pinjaman. Bunga yang ditetapkan biasanya berkisar antara 0,7% hingga 1% per hari, yang jika

¹⁶ Arinda Elsa Fitra, “Dilema Pinjaman Online Di Indonesia: Tinjauan Sosiologi Hukum Dan Hukum Syariah,” *Jurnal Syariah Dan Hukum* 19, no. 2 (2021): 109–19.

diakumulasikan mencapai 30% per bulan. Namun ada juga yang menerapkan bunga tetap berkisar 5-12% per bulan.

3) Resiko Pencurian Data

Mengakses aplikasi pinjaman online, calon nasabah pinjaman online ilegal akan diminta untuk mengizinkan akses ponsel mereka, meliputi galeri, kontak, dan lainnya. Inilah yang menjadi kemungkinan adanya kebocoran data atau bahkan data tersebut dijual. Selain itu, pelacakan ponsel meliputi kontak dan galeri biasanya digunakan oleh para debt collector ilegal sebagaisenjata untuk mempermalukan nasabahnya agar segera melunasi hutangnya. Walaupun OJK telah melindungi data nasabahnya, tidak mustahil jika masih ada kebocoran data.¹⁷

4. Indikator Pinjaman Online

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah mutu layanan serta fasilitas yang digunakan *platform* pinjaman *online*, baik itu bagi peminjam maupun bagi pemberi pinjaman. Mutu yang dimaksud dapat berupa *reability*, *capability*, *integrity*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Pemberi pinjaman yang mendapatkan kepuasan dari kualitas layanan yang tinggi dan puas dengan pengalaman mereka meminjam di *platform* pinjaman online, mempunyai ekspektasi akan kepuasan yang sama, sehingga dalam hal ini setiap perusahaan akan berusaha

¹⁷ Ni Putu Purwanti Desak Putu Noviyanti, "Perlindungan Hak Pengguna Pinjaman Online Dari Bocornya Data Pribadi Akibat Penagihan Hutang Pinjaman Online Ilegal," *Jurnal Kertha Semaya* 10, no. 8 (2022).

menyediakan pelayanan terbaik pada *platform* mereka agar dapat menarik pengguna sebanyak mungkin.

b. Perlindungan Keamanan dan Leglitas

Perlindungan Keamanan dan Legalitas merupakan suatu *platform* yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang mana telah terdaftar dan memiliki izin dalam menyelenggarakan kegiatan pinjam dan meminjam. Faktor ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan pinjaman *online* dimata para pengguna aplikasi, baik meminjam ataupun pemberi pinjaman, karena tingkat keaman yang tinggi dapat memeberikan rasa aman bagi pengguna dalam berinteraksi.¹⁸

B. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Indonesia Perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap lingkungan.¹⁹ Perilaku konsumtif ialah seseorang yang selalu memakai atau menggunakan sesuatu tanpa menghasilkan atau menciptakan serta selalu bergantung pada produksi yang orang lain buat. Istilah perilaku konsumtif dicirikan sebagai perilaku yang ditunjukkan pembeli dalam mencari, membeli,

¹⁸ Susi Susanti, "Persepsi Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Aplikasi Pinjaman Online" 7 (2020).

¹⁹ Faqih Purnomosidi et al., "Perilaku Konsumtif Anak Kos Pada Mahasiswa Universitas Sahid Surakarta" 2 (n.d.).

memanfaatkan, menilai, dan membeli barang yang mereka harapkan akan memenuhi kebutuhan mereka.²⁰

Menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah suatu sikap yang tidak perlu pertimbangan melainkan hanya keinginan yang harus terpenuhi dan secara tidak sadar menyebabkan pemborosan dan menghabiskan banyak biaya.²¹ Sumartono menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang trend.²²

Dapat maknai bahwa perilaku konsumtif berarti suatu sikap yang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan.

2. Jenis Jenis Perilaku Konsumtif

a. Hedonisme

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.

²⁰ Muhammad Basri Lutfiah, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak" 11, no. 3 (2022), <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.

²¹ Naning Fatmawatie, "E - Commerce Dan Perilaku Konsumtif" (Kediri Jawa Timur: IAIN Kediri Press, 2022), 39–40.

²² Ranti Tri Anggraini and Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (March 12, 2019): 131, <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.

Sebagian besar orang yang menganut kepercayaan ini, percaya bahwa bersenang-senang, pesta, dan pelesiran adalah tujuan hidup, terlepas dari apakah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup.²³

Hedonisme berkembang di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor lingkungan, mereka ingin meniru gaya hidup orang terkenal, bahkan mereka juga ingin terkenal. Berbagai *reality show* menawarkan program untuk mencapai popularitas dengan cara *instan*. Hedonisme sebagai fenomena sudah tercermin dari perilaku generasi muda sehari-hari. Mayoritas pelajar berlomba dan bermimpi untuk bisa hidup mewah.²⁴

b. Gaya hidup (*Life Style*)

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan pribadi yang berinteraksi dalam lingkungan.²⁵ Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan

²³ Vionnalita Jennyya, "Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi," *Jurnal Holistik* 14, no. 3 (2021): 3–5.

²⁴ Yasinta Putri Khairunnisa, "Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perkembangan Kepribadian Anak," *Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi* 3, no. 1 (2023): 34–36.

²⁵ Metha Nilarisma Dewi, "Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*), Harga, Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (*Destination*) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 3, no. 1 (2015): 3.

harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup adalah aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk.²⁶

Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup yang ditunjukkan dalam variasi keputusan citra rasanya. Dalam hal merek, merek bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti dan isi produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangannya lebih lanjut merek akan menandai simbol dan status dari produk tersebut. Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Seorang yang cenderung berpenghasilan besar akan dengan mudah mengalokasikan uangnya untuk kesenangan dan kemewahan tanpa mamikirkan nominal.²⁷

3. Faktor – Faktor Yang Perilaku Konsumtif

Tingkat konsumtif seorang didasari dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan. Munculnya perilaku konsumtif tentunya di sebabkan oleh beberapa faktor.²⁸ Faktor tersebut diantaranya adalah:

²⁶ Melissa Paendong, “Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembeli Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 4 (2016): 388–89.

²⁷ Nesa Lydia Patricia, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan ‘X,’” *Jurnal Psikologi* 12, no. 1 (2014): 11–12.

²⁸ Prima Aulia Delfia Wulandari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang,” *Jurnal Riset Psikologi* 5, no. 4 (2022), <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/14167/pdf>.

a. Faktor Eksternal

1) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah. Kontras di kelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggungjawab, cara hidup dan lain – lain yang di terima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaat individu atau keluarga.²⁹

2) Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan suatu pertemuan yang bermacam – macam dari dua individu atau lebih yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif yaitu individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu.³⁰

3) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Bahwa Keluarga juga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli

²⁹ Hermawati Ilham, “Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur,” *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (2018): 18–19.

³⁰ Hendri Apriyandani Edy Yulianto, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referesni Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 Dan 2015 Universitas Brawijaya Malang Yang Membeli Dan Menggunakan Smartphone iPhone),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 50, no. 2 (2017): 181–82.

sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.³¹

b. Faktor Internal

1) Gaya Hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Mereka akan berupaya mendapatkan uang untuk membeli barang – barang seperti tas dan pakaian untuk menutupi penampilannya sehingga kelihatan lebih menarik dan membuat mereka puas.

2) Motivasi

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika kita merasa lapar maka kita akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut nah ini yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang mendorong ia membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut. Motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.³²

³¹ Endang Dwi Astuti, “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda,” *Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 2 (2013), <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3285>.

³² Firdatul Aini, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Manajemen* 14, no. 1 (2022).

3) Kepribadian

Karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini menggambarkan kualitas yang unik dari masing – masing individu. Kepribadian bisa berubah, sifatnya permanen dan tetap, namun bukan berarti bisa berubah. Keadaan dapat membuat seseorang mengubah karakternya. Seorang anak muda yang berkembang menjadi dewasa mungkin memiliki berbagai atribut dari ketika ia masih kecil.³³

4. Indikator Perilaku Konsumtif

a. Membeli produk karena iming – iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam

³³ Raihanah Daulay, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Minat Belanja Online Melalui Aplikasi Lazada,” *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1, 2021.

berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain.³⁴

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

³⁴ Silviana Meinawati Putr, "Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Kepribadian Ekstrovert Pada Wanita Dewasa Awal," *Jurnal Psikologi Perseptual* 7, no. 1 (2021).

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.³⁵

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.³⁶

C. Perilaku Konsumtif dalam Pandangan Islam

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh semu belaka. Seperti dalam firman Allah SWT Q.S al – A’raf [7]:31

﴿يٰۤاٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱﴾

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih – lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang – orang yang berlebih – lebihan.*

³⁵ Eni Nur Aini, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (June 2020), <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>.

³⁶ A Nooriah Mujahidah, “Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar),” n.d.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian.³⁷ Berdasarkan uraian tersebut, maka hasil penelitian menurut Aldes Ramadanti, 2022 menunjukkan bahwa adanya pengaruh penggunaan fitur paylater terhadap perilaku konsumtif³⁸, sehingga dapat dinyatakan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh Penggunaana Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja

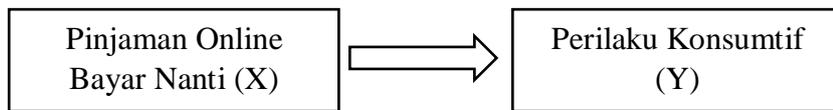
Ha : Ada pengaruh Penggunaan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang pengaruh pengetahuan masyarakat menggunakan Pinjaman Online “Bayar Nanti”. Pengaruh yang di anggap dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif masyarakat tersebut, yaitu:

³⁷ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitafi Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2012), 159.

³⁸ Aldes Rmadanti, “Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intaan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *UIN Raden Intan Lampung* 1 (2022).



Berdasarkan bagan kerangka pemikiran di atas, dapat diketahui variabel pinjaman online bayar nanti akan mempengaruhi perilaku konsumtif. Maka dalam penelitian ini dikembangkan sebuah paradigma untuk menguji sejauh mana pengaruh pinjaman online bayar nanti sebagai variabel independen yang berpengaruh dalam menentukan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif remaja.

Keterangan:

X = Pinjaman Online Bayar Nanti

Y = Perilaku Konsumtif

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengaruh pinjaman online bayar nanti terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah, apakah berpengaruh positif atau berpengaruh negative. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian yakni Pengaruh Pinjaman Online Bayar Nanti sebagai variabel independent dan vaPerilaku Konsumtif Masyarakat. Indikator – indikator variabel tersebut akan dikembangkan menjadi butir – butir pernyataan yang dituangkan dalam bentuk kuesioner.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian – bagian dan fenomena.¹ Penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif juga menggunakan paradigma positivis, eksperimental atau empiris. Penelitian kuantitatif mencoba untuk memecahkan dan membatasi fenomena menjadi terukur. Metode penelitiannya menggunakan pengukuran yang standar atau menggunakan skala pengukuran data. Sehingga secara esensial penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang pengumpulan data numerik untuk menjelaskan

¹ Karimudiin Abdullah, Misbahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Penerbit Muhammad Zini Anggota IKAPI, 2022).

fenomena tertentu.² Maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan sifatnya adalah kausalitas (sebab akibat), karena peneliti akan menguji pengaruh pinjaman online bayar nanti (X) terhadap perilaku konsumtif remaja (Y).

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan salah satu macam – macam metode penelitian kuantitatif dengan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengkesplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam.³ Metode deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat.⁴ Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif karena akan menggambarkan pengaruh pinjaman online bayar nanti terhadap perilaku konsumtif remaja yang ada di Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh

² Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif*, 3rd ed. (WIDYAGAMA, 2021).

³ Prof. Dr. Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 31st ed. (Bandung: Alfabeta, 2021).

⁴ Karimudiin Abdullah, Misbahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik – karakteristik variabel yang diamati. Ada dua variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pinjaman Online (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pinjaman online bayar nanti. Pinjaman online bayar nanti adalah fasilitas keuangan yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit. Variabel pinjaman online bayar nanti dalam penelitian ini dikaksudkan menggunakan Shopee Paylater dan Spinjam saat melakukan transaksi. Indikator yang digunakan dalam variabel pinjaman online bayar nanti meliputi: kualitas pelayanan, perlindungan keamanan dan legalitas.

2. Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan mengkonsumsi produk akibat timbul perasaan ingin memiliki suatu barang maupun jasa, bukan berdasarkan pada ketuhanan akan tetapi karena keinginan untuk memenuhi kesenangan semata tanpa bisa membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan. Indikator yang digunakan dalam variabel perilaku konsumtif meliputi: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karenan kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga,

⁵ Dr. Fenti Hikmawati, M.Si., *Metodologi Penelitian*, 1st ed. (4: RAJAWALI PRES, 2020).

membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian.⁶ Populasi dalam penelitian dapat pula diartikan keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga.⁷ Populasi dalam penelitian ini yaitu Remaja Kampung Tanggul Angin yang berusia 15 – 20 tahun dengan jumlah 252.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dijadikan objek penelitian tertentu.⁸ Sampel akan diambil jika peneliti tidak sanggup untuk melakukan penelitian dengan mengambil data langsung dari populasi. Peneliti memilih teknik *probability sampling* dengan teknik *cluster random sampling*.⁹ Cluster random sampling adalah teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat

⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, n.d.).

⁷ Aliwar, *Statistik Dasar* (Damera Sinaga, 2014).

⁸ Jasmalinda, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 10 (March 2021).

⁹ *Ibid*, Hlm 62 -63.

luas, misal penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten.¹⁰ Pada penelitian kali ini digunakan untuk menguji pengaruh Pinjaman Online Bayar Nanti Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.

Metode penentuan besaran sampel pada penelitian ini menggunakan teknik slovin. Rumus perhitungan teknik slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

E = Perkiraan Tingkat Kesalahan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05)

Dalam Rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,05 (5%) untuk populasi dalam jumlah lebih besar

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Berdasarkan rumus tersebut penelitian ini akan mengambil sampel penelitian pada remaja Dusun 1 Tertokencono Kampung Tanggul Angin sebagai titik penelitian dengan jumlah 252 sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{252}{1+252 (0,05)^2} = \frac{252}{1+252 (0,0025)} \\ n &= \frac{252}{1+2,5} = \frac{252}{3,5} \\ &= 72 \end{aligned}$$

¹⁰ Prof. Dr. Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 31st ed. (Bandung: Cv. Alfabeta, 2021).

Pada perhitungan rumus slovin, dapat disimpulkan bahwa sampel pada penelitian ini sebanyak 72 responden. Peneliti mengambil sampel yang sebanding dan sesuai dengan proposi ukurannya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam peneliti ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.¹¹ Kuesioner tersebut diberikan kepada masyarakat Kampung Tanggul Angin adalah pertanyaan bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial.¹²

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu sumber data sekunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi pada pengumpulan data bahwasanya mencakup segala keperluan data yang diteliti, merujuk pada materi seperti foto, video, film,

¹¹ Puji Purnomo dan Maria Sekar Palupi, "Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Sengan Wktu, Jarak Dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V," *Jurnal Penelitian* 20 (Desember 2016): 151–57.

¹² Vivi Herlina, "Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS" (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), 6.

memo, dan memoribilitas segala macam yang dapat digunakan sebagai informasi tambahan dalam studi kasus.¹³ Dokumentasi digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data tentang profil Kampung Tanggul Angin dan kondisi remaja.

E. Instrumen Penelitian

Instrumenn penelitian adalah merupakan alat yang digunakan untuk melihat, memperoleh, dan mengukur suatu fenomena alam maupun social yang diamati.¹⁴ Instrument penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah Angket (Kuesioner), Dokumentasi.

Kuesinoer dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Skala likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena social.¹⁵ Skala yang berisi enam tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian Skala Likert

Lambang	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

¹³ Hanna Karisna Saragih, "Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Shopee Belanja Online Di Masyarakat Pandemi Covid - 19 Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan," *Universitas Medan Area*, Agustus 2022.

¹⁴ Dr. Heru Kurniawan, M.Pd, *Pengantar Praktis Penyusun Instrumen Penelitian* (CV. Budi Utama, 2021).

¹⁵ Moch. Bahak Udin, Aunillah, M/Sc., *Statistik Pendidikan*, 1st ed. (Umsida Press, 2021).

Gambaran kisi – kisi kuesioner tentang pengaruh penggunaan masyarakat Kampung Tanggul Angin Dusun 1 Tertokencono Punggur Lampung Tengah terhadap gaya hidup konsumtif.

Tabel 3.2
Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator
1	Pinjaman Online Bayar Nanti (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Perlindungan Kemanan dan Leglitas
2	Perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karenan iming – iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasan yang menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk atas pertimbangan harga 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Tabel 3.3
Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sub indikator	No Item	Jumlah
1	Pinjaman Online Bayar Nanti	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Reability - Capability - Integrity - Responsiveness - Assurance - Emphaty 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	9
		Perlindungan Kemanan dan Leglitas	<ul style="list-style-type: none"> - Kemanan - legalitas 	10, 11, 12, 13, 14	5

2	Perilaku Konsumtif	Membeli produk karenan iming – iming hadiah		15	1
		Membeli produk karena kemasan yang menarik		16	1
		Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi		17	1
		Membeli produk atas pertimbangan harga		18	1
		Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status		19	1
		Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.		20	1
		Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi		21	1
		Jumlah			

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurannya. Dalam mengukur validitas perhatian ditunjukkan pada isi dan kengunaan instrumen. Uji validitas merupakan alat ukur yang fungsinya untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian.¹⁶ Teknik yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment* yang diaplikasikan dengan program SPSS 25.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai syarat dalam analisis *independent sample t test* dan Anova. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (Anova) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Uji kesamaan dua varians digunakan untuk menguji apakah sebaran data tersebut homogeny atau tidak, yaitu dengan membandingkan kedua variannya.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini

¹⁶ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunaka SPSS*, n.d.

digunakan untuk mengukur seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran mengukur suatu konsep yang diukur. Instrumen dilihat dari Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.6 .¹⁷

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- X_i = Jawaban Responden Untuk Setiap butir pertanyaan
- $\sum x$ = Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan
- σ^2_t = Varian total
- $\sum \sigma^2_b$ = Jumlah varian butir
- k = Jumlah butir
- r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi

¹⁷ Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh. Henriette D. Titaley, "Analisis Faktor - Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 111 (June 2021).

normal atau tidak.¹⁸ Dalam penelitian ini cara menentukan uji normalitas yang akan digunakan adalah uji One Sample *Kolmogrov – Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan $> 0,05$.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai gubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Deviation From Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05.¹⁹

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear.
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

c. Autokorelasi

Autokorelasi merupakan pelanggaran asumsi OLS yang menyatakan bahwa dalam pengamatan-pengamatan yang berbeda tidak terdapat korelasi antara error term. Intinya bahwa error term

¹⁸ Mitha Christina Ginting, Ivo Maelina Sitilonga, "Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Manajemen* 52 (July 2019).

¹⁹ Cruisietta Kaylana Setiawan dan Sri Yanthy Yosepha, "Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, no. 1 (January 2020).

pada suatu periode waktu secara sistematis tergantung kepada error term pada periode waktu yang lain.²⁰

d. Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung multikolinearitas. Mendeteksi multikolinearitas dapat melihat nilai tolerance dan varian inflation factor (VIF) sebagai tolak ukur.²¹

e. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.²²

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang berupaya memodelkan hubungan antara dua peubah acak dimana satu peubah acak memengaruhi peubah acak lainnya.²³ Analisis linier

²⁰ Rizky Primadita Ayuwardani, "Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)," *Jurnal Nominal* VII, no. 1 (2018).

²¹ Effiyaldi, "Penerapan Uji Multikolinearitas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2022).

²² Firsti Zakia Indri, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020 YANG," *Jurnal Jimek* 2, no. 2 (2022), <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jimek>.

²³ Harsiti, Zaenal Muttaqin, Ela Srihartini, "Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana Untuk Prediksi Persediaan Obat Jenis Tablet," *Jurnal Sistem Informasi* 9, no. 1 (March 2022): 12–16.

sederhana digunakan untuk mendapatkan pengaruh anatar variabel terikat dengan variabel bebas. Persamaan regresi linier dari Y terhadap X.

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel Bebas

a = Intersep

b = Koefisien regresi/Slop

4. Uji Hipotesis (Uji – t)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial atau individu.²⁴ Uji – t adalah pengujian statistika untuk mengetahui apakah perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. Untuk menguji pengaruh dari variabel masing – masing variabel bebas secara parsial digunakan untuk uji t. adapun kriterianya yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

²⁴ Aladin, “Jurnal Riset Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya” 2, no. 2 (July 2018).

$$t_{hit} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Nilai *R square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R square* berkisar anatar 0 sampai 1.²⁵ Koefisien determinasi (R^2) mempunyai range antara 0 sampai 1 ($0 \leq r^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R^2) mendekati (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel serentak lemah.

Pada penelitian ini untuk mengetahui besar variabel bebas terhadap variabel terikat dengan angka presentase menggunakan rumus yaitu:

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

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien

²⁵ Wahyu Setyo Ningsih & Ita Rahmawati, “Analisis Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Pada Online Shop ‘Shopee,’” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 3 (Agustus 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kampung Tanggul Angin

Kampung Tanggulangin dibuka oleh Jawatan Transmigrasi pada tahun 1954, pada waktu kedatangan peserta Transmigrasi hampir bersamaan dengan saat penebangan hutan untuk calon penempatan warga transmigrasi tersebut, maka terjadilah saling bahu membahu, bantu membantu dan kerja sama antar warga anggota transmigrasi untuk mempercepat proses pembukaan hutan yang masih bersifat hutan rimba. Pada waktu pembukaan pertama, transmigrasi yang menempati Kampung Tanggulangin berasal dari Jawa Tengah (Banyumas dan Solo) sebanyak 73 KK dan terdiri dari 300 jiwa di pimpin bapak Wikarta dan Hadi Sumitro.

Pada tahap kedua didatangkan pula transmigran dari Jawa Timur (Banyuwangi) sebanyak 80 KK yang terdiri dari 350 jiwa di bawah pimpinan bapak Basir sehingga dari dua angkatan transmigran tersebut pada tahun 1954 di Tanggulangin telah didiami oleh 153 KK dengan jumlah jiwa sebanyak 650 jiwa. Mengingat jumlah penduduk di Tanggulangin sudah cukup banyak dan menurut aturan pada saat itu sudah mencukupi untuk sebuah desa definitif, maka melalui Pemda Tingkat II Lampung Tengah yang pada waktu itu masih berstatus Kawedanaan di bawah Pemerintahan SumSel. Tanggulangin dikukuhkan menjadi sebuah desa dengan nama "Desa TANGGUL ANGIN", sebagai penghargaan

kepada daerah kepada daerah asal transmigrasi yaitu Kecamatan Tanggul angin di Kabupaten Banyuwangi Jawa timur. Sejak diresmikanya pada tahun 1955 desa tanggul angin berkembang dengan pesat baik dalam hal kemasyarakatan maupun pembangunannya dan pada tahun 1993 Desa Tanggul angin meraih penghargaan menjadi Desa Swasembada.

Sesuai dengan peraturan pemerintah nomor 72 tahun 2005 tentang desa dan peraturan kabupaten Lampung Tengah nomor 20 tahun 2000 nama desa Tanggul angin sejak awal tahun 2000 berubah menjadi “Kampung Tanggul Angin. Dengan adanya perubahan peraturan dan perundang-undang maka kedudukan pemerintah kampung bukan lagi sebagai bawahan camat, tetapi bertanggungjawab kepada Badan Permusyawaratan Kampung, sedang Kecamatan hanya perpanjangan Bupati di Kecamatan dan dengan Kepala Kampung sifatnya hanya koordinasi.

2. Visi dan Misi Kampung Tanggul Angin

a. Visi

Terwujudnya masyarakat Kampung Tanggul angin yang Mandiri, Berkembang, Sejahtera dan Berkelanjutan.

b. Misi

- (1) Bersama masyarakat memperkuat kelembagaan Desa yang ada;
- (2) Masyarakat dan Kelembagaan Desa menyelenggarakan pemerintahan dan melaksanakan pembangunan yang partisipatif;

- (3) Bersama masyarakat dan kelembagaan masyarakat dalam mewujudkan Desa Tanggulangin yang aman, tentram dan damai;
- (4) Bersama masyarakat dan kelembagaan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, dan dusun.

Berikut ini akan disajikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden yang dimaksud meliputi:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data respon remaja di kampung tanggul angin berdasarkan jenis kelamin yaitu:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki – Laki	13	18%
2	Perempuan	59	82%
Total		72	100

Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui jenis kelamin responden remaja di kampung tanggul angin punggur lampung tengah perempuan yaitu sebanyak 59 remaja atau 82%,

sedangkan sisanya 13 remaja atau 18% berjenis kelamin laki-laki. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa remaja kampung tanggul angin punggur lampung tengah lebih banyak berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 remaja (81%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut data responden remaja kampung tanggul angin punggur lampung tengah berdasarkan usia yaitu:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	frekuensi	Presentase (%)
1	16	5	7%
2	17	14	19%
3	18	16	22%
4	19	20	28%
5	20	17	24%
Total		72	100

Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa untuk usia responden dari 16 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 7%. Usia 17 tahun sebanyak 14 orang atau 19 %, usia 18 tahun sebanyak 16 orang atau 22%, usia 19 tahun sebanyak 20 orang atau 28%, dan usia 20 tahun sebanyak 17 orang atau 24%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah yang menjadi responden lebih banyak berusia 19 tahun sebanyak 20 orang atau (28%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Dusun

Berikut data responden remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah berdasarkan dusun yaitu:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Dusun

No	Dusun	Frekuensi	Presentase (%)
1	1 Tertokencono	54	75%
2	2 Tegal Rejo	14	19%
3	3 Rokal	4	6%
Total		72	100

Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden dari dusun 1 Tertokencono yaitu sebanyak 54 orang atau 75%, dusun 2 Tegal Rejo sebanyak 14 orang atau 19%, dusun 3 Rokal sebanyak 4 orang atau 6%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah yang menjadi responden lebih banyak dari dusun 1 Tertokencono yaitu sebanyak 54 orang (75%).

2. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment*, dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka itemm dianggap valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka itemm dianggap tidak valid.

Hasil uji validitas yang telah peneliti lakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dimana diketahui *degree of freedom* (df) = $N-2$ dengan nilai signifikan 5%. Maka dapat ditentukan dengan menghitung $df = (72 - 2 = 70)$ dengan begitu diperoleh r_{tabel} dari 70 adalah 0,235. Output hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada bagian halaman lampiran.

Berdasarkan output uji validitas dapat dilihat pada halaman lampiran, secara keseluruhan item keseluruhan variabel Pinjaman Online Bayar Nnanti (X), dan item pernyataan variabel Perilaku Konsumtif Remaja (Y) dapat dinyatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0.235. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Reabilitas

Suatu koefesien dinyatakan reliable jika koefesien korelasi positif dan signifikan. Dengan kriteria apabila hasil perhitungan α (koefesien reabilitas) memberikan nilai $> 0,60$ yang diolah menggunakan *SPSS 25 for Window's* yang dapat dilihat pada bagian halaman lampiran.

Berdasarkan hasil output uji reliabelitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel X sebesar 0.697 dan pada variabel Y sebesar 0,845 maka hasil tersebut lebih besar drai nilai koefesien

Cronbach's Alpha sebesar 0,60. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah regresi variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang taraf sigifikansi 0,05 dinyatakan normal.

Tabel 4.4 Hasil Uji *Kromologrov-Smirnov* One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.17088959
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.056
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data menunjukkan tingkat *Asymp.Sig* 0.200 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki distribusi data yang normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukann untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dan variabel dependen terdapat hubungan yang linear atau tidak. Penelitian ini melakukan uji regresi dengan menggunakan *Deviation From Linearity*, jika nilai *Sig. Deviation From Linearity* lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dan dependen.

Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas
Tabel Anova

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA * PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI	Between Groups	(Combined)	609.713	22	27.714	1.662	.070
		Linearity	191.472	1	191.472	11.485	.001
		Deviation from Linearity	418.240	21	19.916	1.195	.297
	Within Groups		816.898	49	16.671		
	Total		1426.611	71			

Sumber: Data yang diolah, 2024

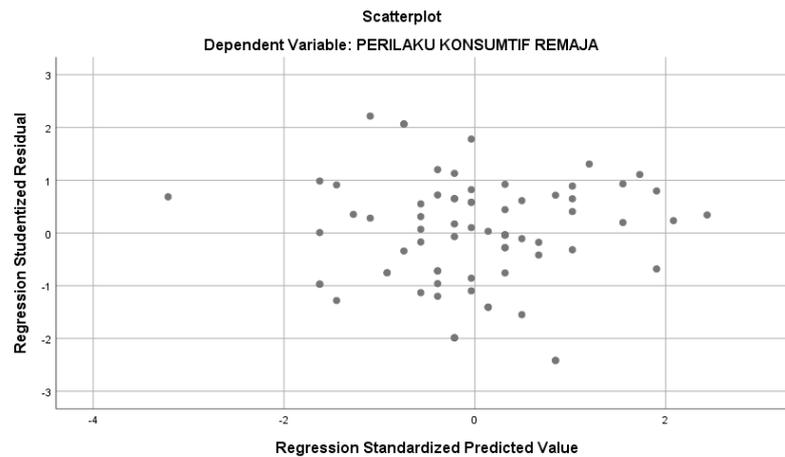
Berdasarkan uji linearitas diatas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* $> \alpha$ ($0,297 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Pinjaman Online Bayar Nanti dengan Perilaku Konsumtif Remaja.

c. Uji Heterokedasitisis

Uji Heterokedasitisis bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik merupakan moodel regrei yang tidak terjadi heterokedasitisis. Penelitian ini melakukan uji heterokedasitisis dengan menggunakan uji *Scatterplot*. Uji *Scatterplot*

dinilai baik apabila tidak adanya indikasi terjadi titik-titik yang membentuk pola tertentu atau teratur. Hasil uji heterokedastitas ditunjukkan pada gambar berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastitas



Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan gambar *Scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu atau teratur. Dapat disimpulkan penelitian ini tidak terdapat heterokedastitas.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana yang mana untuk memprediksi seberapa besar pengaruh positif variabel X dan Y. analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Pengujian data ini dilakukan dengan bantuan *SPSS 25 For Window's*. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.922	4.797		2.486	.015
	Pinjaman Online Bayar Nanti	.290	.088	.366	3.294	.002

Sumber: Data yang diolah,2024

Dari tabel diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 11,922, sedangkan variabel X (b/koefisien regresi) sebesar 0.290. dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b x$$

$$Y = 11,922 + 0,290X$$

Hasil persamaan diatas dapat dijelaskan berdasarkan constanta sebesar 11,922 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel Pinjaman Online Bayar Nanti sebesar 11,922. Koefisien X sebesar 0,290 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai koefisien X maka Pinjaman Online Bayar Nanti bertambah 0,290. Koefisiensi tersebut berniali positif, sehingga dapat dikatakan ada Pengaruh Pinjaman Online Bayar Nanti (X) terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Y) adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar $0,002 < 0,01$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif Remaja (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila nilai signifikan (Sig) lebih dari 0,01 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel yang lain. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai t_{tabel} dengan alpha 10% dan jumlah sampel N dikurangi K jumlah variabel yang digunakan maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,264.

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.922	4.797		2.486	.015
Pinjaman Online Bayar Nanti	.290	.088	.366	3.294	.002

Sumber: Data yang diolah, 2024

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $3,294 > 2,264$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,01$. Dapat diambil kesimpulan bahwa Pinjaman Online Bayar Nanti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja, dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,01 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hal ini menunjukkan

bahwa Pinjaman Onlinen Bayar Nanti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari besarnya pengaruh nilai variabel X terhadap naik turunnya nilai variabel Y. koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi dan selanjutnya dikali 100%.

Tabel 4.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.366 ^a	.134	.122	4.20058

a. Predictors: (Constant), PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI

Sumber: Data yang diolah, 2024

Dari output di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,366 yang artinya pengaruh variabel Pengaruh Pinjaman Online Bayar Nanti (X) terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Y) sebesar 36,6%.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah

Fintech Lending atau pinjaman berbasis teknologi informasi adalah satu di antara inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Perilaku konsumtif berarti suatu sikap yang berlebih-lebihan dalam mengonsumsi barang atau jasa sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan. Pengaruh dari pinjaman online ini terdiri dari banyak aspek salah satunya yaitu media sosial. Remaja yang di mana sangat mudah terpengaruh oleh adanya sosial media sehingga timbul adanya perilaku dalam diri mereka yaitu seperti hedonisme, gaya hidup yang mewah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden penggunaan pinjaman online bayar nanti melalui fitur shopeepaylater bayar nanti adalah perempuan dengan jumlah sebesar 82% atau 59 remaja dan laki laki sejumlah 18% atau 13 remaja. Data yang diperoleh menunjukkan lebih dominan remaja perempuan dari pada remaja laki-laki

Setelah menganalisis seluruh hasil yang diperoleh dari tiap variabel, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan *SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25* untuk menguji

hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu apakah ada pengaruh yang signifikan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah atau tidak.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengaruh penggunaan pinjaman online bayar nanti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja kampung tanggul angin punggur lampung tengah. Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan didapatkan nilai 11,922 dan diperoleh angka signifikan 0,002. Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya pengaruh penggunaan pinjaman online bayar nanti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja.

Uji parsial atau uji t, variabel Pinjaman Online Bayar Nanti memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,01$ dan nilai $t_{hitung} 3,294 > t_{tabel} 2,264$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Pinjaman Online Bayar Nanti terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah.

Pada nilai koefisien determinasi (R^2) atau nilai koefisien determinasi penelitian ini adalah sebesar 0,366 yang memberikan arti bahwa pengaruh variabel Pinjamna Online Bayar Nanti (X) secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah (Y) adalah sebesar 36,6%. Sedangkan 63,4%

sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi penggunaan pinjaman online bayar nanti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aldes Ramadanti, 2022 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh penggunaan fitur paylater terhadap perilaku konsumtif dan juga diperkuat dengan hasil penelitian Sonia Aftika, 2022 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh penggunaan sistem pembayaran ShopeePayLater “bayar nanti” tetapi bertentangan dengan hasil penelitian Elpa Julita, 2022 yang mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada remaja kampung tanggul angin sebanyak 72 sampel responden dalam penelitian “Pengaruh Penggunaan Pinjaman Online Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah”.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel terikat (X) yaitu pengaruh penggunaan pinjaman online bayar nanti terhadap variabel bebas (Y) yaitu perilaku konsumtif remaja kampung tanggul angin punggur lampung tengah berdasarkan uji t yang telah dilakukan sehingga diketahui nilai $t_{hitung} 3,294 > t_{tabel} 2,264$, dan hipotesis (H_a) diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan. Untuk para remaja yang melakukan aktifitas menggunakan Pinjaman Online Bayar Nanti dihimbau agar lebih selektif lagi dalam memilih barang ataupun produk-produk yang akan dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Eni Nur, Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020).
- Aladin. "Jurnal Riset Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya" 2, no. 2 (July 2018).
- Andrean, Abror Fauzi W. Finaka, "Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia," Diakses Pada 28 September 2023, n.d., <https://indonesiabaik.id>.
- Arif, Muhammad. "Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)," *diakses pada 08 novmeber 2023, pada pukul 20.25 WIB*, march 10, 2023, <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Arvante, Jeremy Zefanya Yaka. "Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online," *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 2, no.1 (February 2, 2022): 73–87, <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736>.
- Ayuwardani, Rizky Primadita. "Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Intial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)," *Jurnal Nominal* VII, no. 1 (2018).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. "Jumlah Penduduk (Jiwa) Tahun 2020 - 2022," *diakses pada 08 november 2023, pada pukul 20.52 WIB*, n.d., <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/45/1/jumlah-penduduk.htm>.
- Effiyaldi. "Penerapan Uji Multikolineiritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2022).
- Firsti Zakia Indri, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020 YANG," *Jurnal Jimek* 2, no. 2 (2022), <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jimek>.
- Harsiti, Zaenal Muttaqin Ela Srihartini, "Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana Untuk Prediksi Persediaan Obat Jenis Tablet," *Jurnal Sistem Informasi* 9, no. 1 (March 2022): 12–16.

- Kusuma, Hendra, Wiwiek Kusumaning Asmoro. "Perkembangan Financial Technology (Fintech) Berdasarkan Persepektif Ekonomi Islam," *Journal Of Islamic Economic Development* 4, no. 2 (2020): 144–45.
- Nikijuluw, Gabriella Marysca Enjel, Ari Rorong, and Very Y Londa. "Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara," n.d.
- Ningsih, Wahyu Setyo & Ita Rahmawati. "Analisis Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Pada Online Shop 'Shopee,'" *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 3 (Agustus 2021).
- Oscar, Dony, Endang Retnoningsih. "Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E - Commerce Berpengaruh Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Online Dengan Metode Technology Acceptance Model," *Indonesian Journal on Software Engineering* 4, no. 1 (2018).
- Putri, Inggrid Harisma. "Perlindungan Hukum Terhadap Debitur Dalam Perjanjian Pinjaman Online," *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral* 1, no. 2 (2023): 1–25, <https://doi.org/10.11111>.
- Setiawan, Cruisietta Kaylana dan Sri Yanthy Yosepha. "Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, no. 1 (January 2020).
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*" (Bandung: Alfabeta, 2012), 159.
- Tanya Choki, "Metode Penggunaan Spinjam," *Diakses Pada 3 Desember 2023, Pukul 13.45 WIB*, n.d., <https://help.shopee.co.id/portal/article/72562>.
- Vivi, Herlina. "Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS" (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), 6.
- Watung, Sjeddie. *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (Cv. Bintang Semesta Media, 2022).
- Wijayanti, Sheila. "Dampak Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Buruh Pabrik," *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi* 2, no. 2 (2022): 234–233.

LAMPIRAN

pernyataan 12	Pearson Correlation	.080	.071	.044	-.043	.419**	-.049	.019	.037	.037	-.153	.694*	1	.425*	.482*	.464**
	Sig. (2-tailed)	.502	.553	.714	.718	.000	.680	.872	.758	.758	.201	.000		.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan 13	Pearson Correlation	.015	-.001	.004	.025	.566**	-.035	-.092	-.122	-.122	-.288*	.343*	.425*	1	.571*	.345**
	Sig. (2-tailed)	.898	.995	.976	.832	.000	.769	.443	.308	.308	.014	.003	.000		.000	.003
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan 14	Pearson Correlation	.075	.195	.065	-.032	.969**	-.014	.020	-.102	-.102	-.154	.522*	.482*	.571*	1	.542**
	Sig. (2-tailed)	.530	.102	.589	.787	.000	.908	.870	.392	.392	.196	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
PINJAMAN ONLINE BAYARAN NANTI	Pearson Correlation	.357**	.503*	.519*	.360*	.495**	.413**	.595**	.546**	.546*	.285*	.390*	.464*	.345*	.542*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.015	.001	.000	.003	.000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Hasil Uji Validitas Variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X)

Item Pernyataan	Pearson Corellation	R _{tabel} (taraf signifikan 10%)	Keterangan
Pernyataan1	0,357	0,235	Valid
Pernyataan2	0,503		Valid
Pernyataan3	0,519		Valid
Pernyataan4	0,360		Valid
Pernyataan5	0,495		Valid
Pernyataan6	0,413		Valid
Pernyataan7	0,595		Valid
Pernyataan8	0,513		Valid
Pernyataan9	0,546		Valid
Pernyataan10	0,285		Valid
Pernyataan11	0,390		Valid
Pernyataan12	0,464		Valid
Pernyataan13	0,345		Valid
Pernyataan14	0,542		Valid

Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Remaja (Y)

		pernyataan1	pernyataan2	pernyataan3	pernyataan4	pernyataan5	pernyataan6	pernyataan7	PERILAKU KONSUMTIF REMAJA
pernyataan1	Pearson Correlation	1	.661**	.359**	.398**	.460**	.466**	.338**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.000	.000	.004	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72

pernyataan2	Pearson Correlation	.661**	1	.332**	.254*	.442**	.395**	.222	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.031	.000	.001	.061	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan3	Pearson Correlation	.359**	.332**	1	.483**	.387**	.380**	.203	.636**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004		.000	.001	.001	.087	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan4	Pearson Correlation	.398**	.254*	.483**	1	.724**	.531**	.526**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.001	.031	.000		.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan5	Pearson Correlation	.460**	.442**	.387**	.724**	1	.581**	.537**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan6	Pearson Correlation	.466**	.395**	.380**	.531**	.581**	1	.676**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.000		.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
pernyataan7	Pearson Correlation	.338**	.222	.203	.526**	.537**	.676**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.004	.061	.087	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA	Pearson Correlation	.712**	.634**	.636**	.782**	.821**	.786**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72

Hasil Uji Validitas Variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X)

Item Pernyataan	Pearson Corellation	R_{tabel} (taraf signifikan10%)	Keterangan
Pernyataan1	0,712	0,235	Valid
Pernyataan2	0,634		Valid
Pernyataan3	0,636		Valid
Pernyataan4	0,782		Valid
Pernyataan5	0,821		Valid
Pernyataan6	0,786		Valid
Pernyataan7	0,695		Valid

Uji Reabilitas Varibel Pinjaman Online Bayar Nanti (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	72	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	72	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	14

Uji Reabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	72	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	72	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	7

Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y

Variabel	Reabilitas Coeficient	Cronbbach's Alpha	Keterangan
Pinjaman Online Bayar Nanti (X)	14	0,697	Reliabel
Perilaku Konsumtif Remaja (Y)	7	0,845	Reliabel

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

N	The Level Of Significance		N	The Level Of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	413
4	0.950	0.990	39	0.316	408
5	0.878	0.959	40	0.312	403
6	0.811	0.917	41	0.308	398
7	0.754	0.874	42	0.304	393
8	0.707	0.834	43	0.301	389
9	0.666	0.798	44	0.297	384
10	0.632	0.765	45	0.294	380
11	0.602	0.735	46	291	376
12	0.576	0.708	47	288	372
13	0.553	0.684	48	284	368
14	0.532	0.661	49	281	364
15	0.514	0.641	50	279	361
16	0.497	0.623	55	266	345
17	0.482	0.606	60	254	330
18	0.468	0.590	65	244	317
19	0.456	0.575	70	235	306
20	0.444	0.561	75	227	296
21	0.433	0.49	80	220	286
22	0.432	0.537	85	213	278
23	0.413	0.526	90	207	267
24	0.404	0.515	95	202	263
25	0.396	0.505	100	195	256
26	0.388	0.496	125	176	230
27	0.381	0.487	150	159	210
28	0.374	0.478	175	148	194
29	0.367	0.470	200	138	181
30	0.361	0.463	300	113	148
31	0.355	0.456	400	098	128
32	0.349	0.449	500	088	115
33	0.344	0.442	600	080	105
34	0.339	0.436	700	074	097
35	0.334	0.430	800	070	091
36	0.329	0.424	900	065	086
37	0.325	0.418	1000	062	081

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
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3633/In.28.1/JJTL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Yuyun Yunarti (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **LISA ARIANTI**
NPM : 2003020022
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG
TANGGUL ANGIN TERTOKENCONO PUNGGUR LAMPUNG
TENGAH**

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, 30 November 2023
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2003020022>. Token = 2003020022



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3092/In.28/J/TL.01/10/2023
Lampiran :-
Perihal : IZIN PRASURVEY

Kepada Yth.,
Kepala Desa Kampung Tanggul
Angin Dusun 1 Tertokencono
Punggur Lampung Tengah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : LISA ARIANTI
NPM : 2003020022
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah
PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR
NANTI TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF
Judul : MASYARAKAT (STUDI KASUS DI KAMPUNG TANGGUL
ANGIN DUSUN 1 TERTOKENCONO
PUNGGUR LAMPUNG TENGAH)

untuk melakukan prasurvey di Kampung Tanggul Angin Dusun 1 Tertokencono Punggur Lampung Tengah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Oktober 2023

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH
KECAMATAN PUNGGUR
KAMPUNG TANGGULANGIN

Jl. Pendidikan Kampung Tanggulangin Kec.Punggur Kode Pos 34152
email : tanggulangin92@gmail.com

Tanggulangin, 07 November 2023

Nomor : 140 / 683 / 17.5 / 2023
Lampiran : -
Perihal : **Pemberian izin Melaksanakan
Pra Survey**

Kepada Yth,
Saudara Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Metro
di -
Metro

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat Saudara Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung Nomor : B-3092 /In.28 /J /LT.01 /10 / 2023 tanggal 23 Oktober 2023 Perihal : Permohonan Izin Pra Survey, maka dengan ini kami memberikan izin kepada Mahasiswa Saudara :

Nama : LISA ARIANTI
NPM : 2003020022
Jurusan : Perbankan Syari'ah
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam
Semester : VII (tujuh)

Untuk melaksanakan PraSurvey di Kampung Tanggulangin Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

Demikian izin ini kami berikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

An. Kepala Kampung Tanggulangin





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: /In.28/D.1/TL.01//2024

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

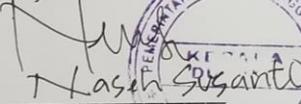
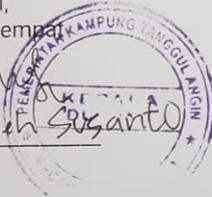
Nama : LISA ARIANTI
NPM : 2003020022
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KAMPUNG TANGGUL ANGIN, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH".
 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 :

Mengetahui,
Pejabat Setempat

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.iaim@metrouniv.ac.id

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

Kepada Yth.,
Kepala Desa KAMPUNG TANGGUL
ANGIN
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: /In.28/D.1/TL.01//2024, tanggal atas nama saudara:

Nama : **LISA ARIANTI**
NPM : 2003020022
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Kepala Desa KAMPUNG TANGGUL ANGIN bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KAMPUNG TANGGUL ANGIN, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro,
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



**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-60/ln.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 : LISA ARIANTI
NPM : 2003020022
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 2003020022

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, 12 Februari 2024

Kepala Perpustakaan



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

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGARUH PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BAYAR NANTI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA KAMPUNG TANGGUL ANGIN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH ANGKET / KUESIONER

Pentunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah daftar identitas yang telah disediakan dan angket dibawah ini dengan sungguh-sungguh sesuai pendapat Anda.
2. Jawaban yang Saudara (i) berikan tidak ada intervensi dari pihak manapun.
3. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

Kuesioner ini menggunakan nilai dengan 5 skala, dimana skalanya adalah:

Sakla	Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

A. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Dusun :

B. Daftar Pertanyaan

1. Pinjaman Online Bayar Nanti (X)

a. Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Memilih pinjaman online bayar nanti melalui fitur <i>Shopee Paylater</i> sebagai alternatif pinjaman.					
2	Pinjaman <i>online</i> bayar nanti melalui fitur <i>Shopee Paylater</i> memiliki keunggulan dibandingkan fitur <i>platform</i> pinjaman lainnya.					
3	Menggunakan <i>fintech Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> tidak membuat aktivitas lainnya menjadi terhambat.					
4	Sistem operasi pada <i>Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> tidak rumit.					
5	Saya mampu menggunakan <i>fintech Shopee Paylater</i> tanpa perlu bantuan orang lain.					
6	Saya mendapatkan apa yang saya inginkan dari <i>fintech Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> .					
7	<i>Fintech Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> selalu memberikan pelayanan yang memuaskan.					
8	Ada risiko keuangan yang harus saya tanggung dalam melakukan pinjaman online melalui <i>Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> .					
9	Saya siap menghadapi risiko yang akan saya temui jika melakukan pinjaman online melalui <i>fintech Shopee Paylater</i> dan <i>Spinjam</i> .					

b. Perlindungan Keamanan dan Legalitas

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Pinjaman <i>Online</i> yang saya gunakan sudah berizin resmi OJK					
2	Saya berminat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> karena saya					

	merasa aman saat menggunakannya.					
3	Saya berminat menggunakan <i>Spinjam</i> karena saya merasa aman saat menggunakannya.					
4	<i>Fintech Shopee Paylater dan Spinjam</i> menjaga kerahasiaan data pribadi saya.					
5	Perlindungan keamanan dan penipuan untuk menawarkan tingkat bunga yang lebih baik dibandingkan dengan pembiayaan yang ada					

2. Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Membeli produk karena iming – iming hadiah.					
2	Membeli produk karena kemasan yang menarik.					
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.					
4	Membeli produk atas pertimbangan harga.					
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.					
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.					
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.					

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi



Yuyun Yunarti, M.Si
NIP 197709302005012006

Metro, 8 Desember 2023
Mahasiswa



Lisa Arjanti
NPM. 2003020022



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lisa Arianti Jurusan/Fakultas : PBS/FEBI
NPM : 2003020022 Semester / T A : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	01/2024 /01	<ul style="list-style-type: none">- Profesi penelitian fokus pada lokasi penelitian- Deskripsi data dan analisis- Munculkan pertanyaan- Munculkan penelitian yg sesuai pada pembahasan- Cek dan perbaiki penulisan- Kesimpulan harus menjawab rumusan masalah- Periksa cuplikan & pengalok	
	2/2024 /02	<ul style="list-style-type: none">- lengkapi abstrak dan pengalok- cek dan perbaiki penulisan- Periksa analisis dan pembahasan	

Dosen Pembimbing

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 197709302005012006

Mahasiswa Ybs,

Lisa Arianti
NPM. 2003020022



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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lisa Arianti

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020022

Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/2024 /02	Ace Bab 4 - 5 Siap untuk dimunaqonyahkan	

Dosen Pembimbing

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 197709302005012006

Mahasiswa/Ybs,

Lisa Arianti
NPM. 2003020022

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara kepada remaja kampung tanggul angin saudari Veli Juliana



Wawancara kepada remaja kampung tanggul angin saudari Selvi Imelda Putri



Pengisian kuisisioner pada remaja tanggul angin



Penyebaran kuisisioner/angket melalui googlefrom

RIWAYAT HIDUP



LISA ARIANTI, Lahir di Tanggulangin, Punggur 31 Maret 2002, anak pertamma dari tiga bersaudara dan putri dari pasangan bapak Agus Suwito dan ibu Endang Wigianti.

Pendidikan Dasar di tempuh di SD NEGERI 03 Tanggul Angin, selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama di SMP NEGERI 02 Punggur pada tahun 2017, lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK NEGERI 03 Metro, selesai pada tahun 2020.

Kemudian melanjutkan pendidikan S1 di Instit Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, pada tahun 2020 di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam yang berkonsentrasi pada jurusan Perbankan Syariah dimulai pada 2020 dan lulus tahun 2020.