PENGARUH DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Serjana pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh

PUTRI AMELIA
2004020198

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023

PENGARUH DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Serjana pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh

PUTRI AMELIA
2004020198

Pembimbing:

Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Putri Amelia
Nim	: 2004020198
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sediri.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sangsi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyatan ini di buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palopo, 14 Desember 2023
Yang membuat pernyataan,

Putri Amelia
NIM. 2004020198

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang ditulis oleh Putri Amelia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020198, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 7 Maret 2024 Miladiyah bertepatan dengan 26 Syaban 1445 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Palopo, 24 September 2025

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H. I.	Ketua Sidang	( )
2. Ilham, S.Ag., M.A.	Sekretaris Sidang	( )
3. Akbar Sabani, S.EI.,M.E.	Penguji I	( )
4. Hendra Safri, S.E.,M.M.	Penguji II	( )
5. Andi Musniwan Kasman,S.E.,M.M.	Pembimbing	( )

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. NIP 198201242009012006	Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. NIP 198912072019031005

PRAKATA

بسم الله الرحمن الرحيم

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهِ وَاَصْحَبِهِ أَجْمَعِيْنَ

Puj syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo" setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Ayah Amaluddin dan Fitriani yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih iiiapita yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi

dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis sadari tidak mampu membalas semua itu, hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpah kasih Allah swt., serta selalu mendoakan penulis setiap saat memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yangsetinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembanga Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI.,M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, M.EI. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas. S.Ag., M.A selakuWakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Kepada Dr. Edi Indrra Setiawan, S.E.., M.M, selaku Penasihat Akademik.
5. Kepada Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M. selaku pembimbing yang mana telah bersedia telaten dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.
6. Kepada Akbar Sabani, S.EI., M.E. selaku Penguji 1 yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Hendra Safri, S.E., M.M. Penguji 2 yang juga telah banyak memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd.,M.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
10. Kepada teman-teman yang telah membantu mengisi kuesioner saya, terima kasih telah membantu penulisdalam menyelesaikan penelitian.
11. Kepada teman seperjuangan Mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Serta teman-teman yang telah menemani masa-masa kuliah saya dan memberikan warna dalam perjalanan kuliah yang selama inimembantu serta memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama danamal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT. Aamin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegagan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, 28 Desember 2023

Putri Amalia

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	,,sa	,,s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Sad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Sa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti viiiapit bahasa Indonesia, terdiri atas viiiapit

tunggal atau monoftong dan ixapit rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	*fathah*	a	a
اِ	*kasrah*	i	i
ا	*dammah*	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	*Fathah*dan*ya'*	ai	a dani
ـَوْ	*Fathah*dan*wau*	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ◌َ ى | ... ◌َ ا	*Fathah*dan*alif*atau*ya'*	ā	a dan garis di atas
ـِـى	*Kasrah*dan*ya'*	ī	Idangaris di atas
ـُـو	*Dammah*dan*wau*	ū	Udangaris di atas

Contoh:

مات : *mata*

رمى : *rama*

قيل : *qila*

يموت : *yamutu*

4. *Ta' marbutah*

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu:*ta'marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah,* dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta'marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الأطفال :*raudhah al-athfal*

المدينةُ الفاضلة -*al* : *al-madinah al-fadhilah*

اَلْحِكْمَة : *hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*(ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

اَلْحَقّ : *al-haqq*

نُعِّمَ : *nu''ima*

عَدُوّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf*kasrah* (ـِيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِى : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عربى : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال(*alif*

lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزلزلة : *al-zalzalah*(*az-zalzalah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *al-bil<u>a</u>du*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تأمرون : *ta'm<u>u</u>runa*

النوع : *al-nau'*

شيء : *syai'un*

أمرت : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau

kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an(dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دين الله *dinulla_h* بالله *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah,* ditransliterasi dengan huruf [*t*]. Contoh:

هم في رحـــمة الله *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf xivapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf xivapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa maa Muhammadunillaa rasuul

Innaawwalabaitinwudi'alinnaasi lallazii bi Bakkatamubaarakan

SyahruRamadhaan al-laziiunzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Walid MuhammadibnRusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abual-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abual-Walid MuhammadIbnu)
Nasr Hamid AbuZaid, ditulismenjadi: AbuZaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*shubhanahu wa ta'ala*
saw.	=	*shallallahu 'alaihi wa sallam*
a.s.	=	*'alaihi al-salam*
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
Wr.	=	*Warahmatullaahi*
Wb.	=	*Wabarakaatuh*
l.	=	Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS …/…: 4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
PRAKATA ..... **iii**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR KUTIPAN AYAT ..... **xvi**
DAFTAR KUTIPAN TABEL ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**
ABSTRAK ..... **xx**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6

BAB II KAJIAN TEORI **8**
A. Penelitian Tresdahulu Yang Relavan 8
B. Landasan Teori 11
C. Kerangka Pikir 26
D. Hipotesis 27

BAB III METODE PENELITIAN **28**
A. Jenis Penelitian 28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 28
C. Defenisi Operasional Variabel 29
D. Populasi dan Sampel 30
E. Teknik Pengumpulan Data 31
F. Instrumen Penelitian 32
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 32
H. Teknik Analisis Data 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **38**
A. Hasil Penelitian 38

B. Pembahasan 53

BAB V PENUTUP 56
A. Simpulan 56
B. Saran 56

DAFTAR PUSTAKA 58
LAMPIRAN

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Q.S. An-Nisa Ayat 29 18

Q.S. Al-Isra' Ayat 27 25

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 8

Tabel 3.1. Defenisi Operasional 29

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas..... 33

Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas 34

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden..... 47

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas 78

Tabel 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas 49

Tabel 4.4 . Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 50

Tabel 4.5. Hasil Uji T 52

Tabel 4.6. Hasil Uji R 53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir..... 26

Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... 40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 4 Daftar T Tabel

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabiltas

ABSTRAK

Putri Amalia. 2024. *Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo". (Dibimbing Oleh Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M.).*

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang masih menggunakan dompet digital. Jumlah anggota populasi tidak diketahui. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan, data penelitian ini diolah dengan regresi linear sederhana, uji T, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dompet digital (X) berpengaruh positif dan signifikan pada taraf 5% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) di Kota Palopo dengan uji T sebesar 13.865 > t tabel sebesar 166105. Dan uji koefisien determinasi sebesar 66,9%, dompet digital dipengaruhi variabel perilaku konsumtif dan sisahnya 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.

Kata Kunci: Dompet Digital, Perilaku Konsumtif.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era digital yang semakin memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini juga termasuk dalam sistem pembayaran yang banyak mengalami perubahan sejak awal munculnya transaksi. Saat ini dalam bertransaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja, tetapi pembayaran nontunai berbasis aplikasi atau yang biasa disebut *e-wallet* (dompet digital) sudah biasa digunakan. Penggunaan dompet digital dapat dilakukan dengan menggunakan gadget dan nomor telepon sebagai nomor rekening. Dompet digital memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai, hanya cara penggunaannya yang berbeda, dalam dompet digital nilai uang yang disimpan deserver.

Perubahan pada karakteristik pola berbelanja masyarakat yang awalnya melakukan pembelian secara langsung dengan mendatangi toko tempat barang yang dijual menjadi penjualan secara online. Perubahan juga terjadi dengan sistem pembayaran dalam bertransaksi. Masyarakat yang awalnya melakukan transaksi pembayaran dengan siste tunai sekarang beralih menjadi sistem pembayaran non tunai atau digital dengan menggunakan beragam metode mulai dari kartu hingga aplikasi yang tersedia sebagai alat pembayaran.

Pembayaran non tunai ini awalnya muncul pada tahun 2007 silam namun tren penggunaannya terus meningkat sejak gerakan nasional non tunia (GNNT) oleh pemerintah pada tahun 2014. Pemerintah menjalankan GNNT sebagai salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah dalam meningkatkan penggunakan uang elektronik di Indonesia. Masyarakat seakan dituntut untuk mengubah kebiasaan transaksi secara tunai menjadi transaksi menggunakan uang elektronik atau bisa disebut *cashless society*. Peraturan yang mewajibkan penggunaankan uang elektronik sebagai pembayaran mulai dari jasa transportasi, peraturan pembayaran tiket, yang mewajibkan seluruh penumpang untuk melakukan pembayaran hanya menggunakan uang elektronik saja. Kemudian diikuti dengan peraturan pembayaran di gerbang tol secara non tunai hal tersebut untuk membuat masyarakat terbiasa menggunakan alat pembayaran uang elektronik.

Alat pembayaran non tunai seperti e-walet dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian Negara. Pada e-wallet tidak diperlukan otorisasi karena tidak menggunakan rekening nasabah di bank sehingga mempercepat transaksi yang dilakukan. Meskipun dalam tahap pengembangan, pengggunaan e-wallet memberi manfaat dan kelebihan dibandingkan alat pembayaran tunai dan non tunai lainnya. oleh karena itu e-wallet mempunyai potensi menggeser peran kartu kredit sebagai salah satu alat pembayaran non tunai yang sudah banyak digunakan.

Saat ini hampir semua kalangan dari muda hingga dewasa memakai dompet digital hal ini dikarenakan lebih efektif dan efisien dalam hal penggunaannya, khususnya generasi milenial yang hidup di era digitalisasi tertentu lebih memahami bagaimana cara penggunaan berbasis teknologi tersebut yang lebih akrab dengan hal media dan teknologi digital, apalagi generasi milenial mendominasi komposisi penggunaan internet di Indonesia, karena generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan dan media sosial atau generasi milenial juga disebut dengan generasi internet booming karena tummbuh diera teknologi. Dompet digital juga dikenal dengan sebutan *e-wallet* , saat ini *e-wallet* banyak sekali jenisnya seperti DANA, OVO, LINK AJA, GO-PAY, dan lain sebagainya yang berbentuk server based atau berbentuk aplikasi yang mempermudah penggunaannya saat transaksi pembayaran.

Mahasiswa merupakan generasi yang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini memungkinkan pengguna transaksi pembayaran non tunai dilakukan oleh mahasiswa. Mahasiswa memiliki keinginan untuk hidup mengikuti trend, tidak menutup kemungkinan terjadi kehidupan komsumtif dikalangan mahasiswa. Dimana sekarang ini dompet digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari banyak orang, termasuk mahasiswa. Mahasiswa seringkali menggunakan dompet digital untuk transaksi, seperti pembayaran makanan, transportasi, atau belanja online. Pertumbuhan dompet digital ini

menciptakan minat dalam memahami bagaimana perilaku pengguna uang mahasiswa telah berubah dengan adanya dompet digital.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prameswari menyatakan bahwa faktor utama mahasiswa menggunakan dompet digital yaitu adanya kemudahan, keamanan, promo, chasback, fitur yang lengkap, dan ingin mencoba teknologi baru berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa.[1] Dalam penelitian yang dilakukan Ulayya dan Mujiasih yang menyatakan bahwa mahasiswa lebih banyak engeluarkan uang untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Siswa memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi. Pada saat ini berbelanja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan kegiatan untuk mencari kepuasan dan memenuhi keinginan.[2] Kegiatan konsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi dipertukarkan untuk mendapatkan sensasi, tantangan, dan menghilangkan stress. Semakin mudah transaksi jual beli seperti saat ini membuat mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif.

Sebagaimana dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan bahwa perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo merujuk

---

[1]Prameswari et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet." Januari 31, 2022, https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.421

[2]Ulayya and Mujiasih, "Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." Okteber 01, 2020, https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950

pada kecenderungan untuk menghabiskan uang secara berlebihan pada barang atau aktivitas yang tidak selalu diperlukan. Jika tidak dikendalikan dengan baik maka dapat menyebabkan masalah keuangan, stress, dan masalah lainnya. Misalnya;

1. Perilaku yang tidak terkendali. Contohnya: mahasiswa menghabiskan uang lebih dari yang mereka miliki, yag dapat mengarah pada utang dan kesulitan keuangan.
2. Mahasiswa merasa tertekan karena hasrus mengatasi hutang atau kesulitan keuangan
3. Mahasiswa yang terlibat dalam perilaku komsumtif dapat mengalami masalah hubungan sosial mereka. Contohnya sulit untuk bersosialisasi dengan teman-teman yang memiliki tingakat konsumsi yang rendah.

Berdasarkan latar belakang pada penelitian yang telah di uraikan, peneliti terdorong untuk melakukan riset tentang **"Pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian dalam hal ini akan mencoba merusmuskan permasalahan sebagai berikut:

"Apakah ada Pengaruh Dompet Digital Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Secara teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan di bidang manajemen maupun perbankan, khususnya tentang penggunaan dompet digital yang merupakan perkembangan pemasaran sistem pembayaran saat ini terhadap perilaku komsumtif mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Bagi penulis, diharapkan memberikan sumbangan dalam aspek teoritis bagi perkembangan ilmu manajemen pemesaran khususnya dalam inovasi teknologi. Selain itu, penelitian bisa mmenjadi rujukan penelitian selanjutnya khususnya dalam pemanfaatan dompet digital.

Bagi pemangku kepentingan, diharapkan dapat menjadikan evaluasi untuk para pemangku kepentingan khususnya pemilik *e-wallet* agar terciptanya sistem pembayaran digital yang nantinya tidak hanya mempermudah konsumen dalam bertransaksi namun juga dapat memberikan inovasi dalam mengelola kuangan konsumen seperti investasi, menabung, dan lain sebagainya.

Bagi Akademis, sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri Palopo, khususnya Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sebagai sumbangan fikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kebijakan isntitusi dalam menghadapi studi pengetahuan dan teknologi.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian penelitian terdahulu yang relavan

Berdasarkan penulusuran penulis mengenai penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan namun memiliki perbedaan dengan penelitian lain.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relavan

No	Nama Peneliti	Judul peneliti	Jenis, teknik, lokasi/sampel penelitian	Hasil
1.	Madan Abdizar, Mintansi Indriayu, Aniek.[3]	Pengaruh Dompet Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta	metode deskriptif secara kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan angket, lokasi Kota Surakarta	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: (1) Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta, yang menghasilkan t hitung 8,532>1,966 (ttabel) serta nilai signifikansi 0,00<0,05. (2) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, menghasilkan t hitung 2,555>1,966 (ttabel) serta nilai signifikansi 0,011<0,05 . (3) Dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. menghasilkan Fhitung 36,697>3,019 (Ftabel) serta nilai signifikansi

[3] Prasetya, Santoso, and Wahyuni, "Pengaruh Corporate Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri." Juni 20, 2021, https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.6439

				0,000<0,05. Dompet digital serta literasi keuangan mempunyai pengaruh secara simultan kepada perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.
2.	Gilda Pramesti. Azizah, Eva, Endang, Dika.[4]	Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Metode deskriptif secara kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan angket, lokasi Kota Semarang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e- wallet shopeepay secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0,728. Variabel. Sedangkan promosi cashback secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0,007.
3.	Alfira Dwi Astuti, Ani Faujiah[5]	Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (E-Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta	Jenis penelitian penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif kuantitatif , dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, lokasi Yogyakarta	Perilaku konsumtif perspektif Islam pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sangat tinggi, yang dibuktikan dengan nilai beta pada konstanta sebesar 12,378 dan signifikasi 0,001 < 0,05 dengan Thitung 3,501 > 1,984 . Dengan hasil tersebut yang dihasilkan maka sangat bertentangan dengan etika konsumsi Islam yang sangat melarang mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, harus dengan sederhana dalam berkonsumsi, memperhatikan kebutuhan

[4]Pramesti et al., "Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." Januari 03, 2023, https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/4425

[5]Astuti and Faujiah, "Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (e-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam Pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta." April 22, 2023, https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396

				karena Islam sangat melarang perbuatan yang terlalu berlebihan dan pemborosan.
4.	Silvia, Natalia, Poppy, Nalom.[6]	Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausa, Pengumpulan data menggunakan kuesioner, lokasi Universitas HKBP Nommensen Medan	Hasil penelitian bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan, memperoleh nilai thitung = 2,307 > ttabel = 1,98447 dengan nilai signifikan sebesar 0,023 < 0,05.
5.	Maria Kristina Situmorang[7]	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemic Civid-19 Di Kota Medan.	Jenis penelitian ini penelitian survey, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan daftar pernyataan (angket), lokasi Kota Medan.	Terdapat pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan uang elekronik (dompet digital) sebagai alat pembayaran pada masa pandemi Covid – 19 di kota Medan dengan nilai 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Sedangkan thitung 7.370 > ttabel 1.660.

[6]Silvia, Natalia, Poppy, "Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan." Juni 04, 2023, http://governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/95

[7]Situmorang, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 Di Kota Medan." Maret 01, 2021, http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646

B. Landasan Teori

1. Dompet Digital

a. Defenisi Dompet Digital

Kehadiran dompet digital (*e-wallet*) telah banyak mengubah gaya hidup masyarakat luas, adapun *e-wallet* menggunakan metode pembayaran yang memiliki banyak keuntungan yaitu non-tunai (*cashless*), saat ini masyarakat telah banyak menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi karena dinilai lebih praktis dan efisien, dompet digital dapat masyarakat gunakan dalam berbagai macam jenis transaksi seperti belanja *online* maupun *offline*, membayar tagihan listrik, air, BPJS, membeli pulsa serta kuota internet dan lain sebagainya dengan keamanan yang sangat terjaga pada saat bertransaksi.[8]

Menurut peaturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa *Electronic Wallet* atau sering disebut dengan dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain menggunakan kartu atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran.[9]

Dompet digital atau dompet ponsel setara dengan dompet fisik, dompet ponsel disediakan untuk penyimpanan uang melalui sebuah akun seperti halnya dengan akun bank. *E-wallet* adalah mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang tunai dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. *E-Wallet* atau yang sering disebut dompet digital adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat mobile. *E-wallet* dikatakan sebagai jenis terbaru dari *E-Commerce* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja *online*, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia.

E-wallet juga dapat disebut sebagai alat bertransaksi secara digital yang menggunakan media yang berupa *server based*. Melalui dompet digital dapat dihubungkan antara *mobilephone* dengan sistem pembayaran guna mempermudah

---

[8] Fouad Sabry, "*Mata Uang Digital" (*Jakarta: Satu Miliar Berpengetahuan Indonesia, 2021)104.

[9]Pasabiru, *Kajian Kritis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank*. (jawa timur: Global Aksara Pers, 2022)88.

pengguna untuk melakukan transaksi baik pembelian ataupun penjualan. Dompet digital dapat mengalihkan benefit dompet kedalam suatu aplikasi. Selain itu dompet digital juga menghapus kebutuhan pengguna terhadap berbagai kartu di dompet serta *e-wallet* menyuguhkan fitur lain yang tidak dimiliki oleh dompet seperti riwayat transaksi dan tagihan. Transaksi juga akan lebih terjamin keamanannya dan efektif. *E-Wallet* juga menawarkan berbagai menu keamanan yang tidak dipunyai oleh dompet pada umumnya. *E-Wallet* memungkinkan pemakainya guna melacak informasi tagihan serta pengiriman sehingga transaksi akan menjadi lebih efektif dan aman. Diantara beberapa dompet digital yang populer di Indonesia yaitu Gopay, Dana, Ovo, Shopee pay, dan Link aja.

Dompet digital atau *e-wallet* merupakan produk dari penyelenggaraan jasa sistem pembayaran kelompok penyelenggaraan *front end*. Menurut PBI No.20/6/PBI/2018 pasal 5 ayat (2) menyatakan bahwa penyelenggaraan jasa sistem pembayaran dibagi dua kelompok yaitu:[10]

1) Kelompok *front end* yang terdiri dari lima yaitu penerbit, *acquirer, payment gateway,* dompet elektronik dan transfer dana.
2) Kelompok *back end,* yaitu prinsipal, *switching*, kliring dan penyelesaian akhir.

Berbeda dengan aplikasi perbankan yang berfungsi untuk menyimpan uang, dompet digital berfungsi untuk transaksi di mana transaksi yang bisa dilakukan dengan *e-wallet* seperti membayar belanjaan *online,* mengirim uang uang sesama pengguna atau pun kepada rekening bank yang ada dan lain sebagainya. Adapun batas uang yang dapat disimpan pada *e-wallet* sebesar Rp.10.000.000,- dengan total uang yang dapat disimpan dalam sebulan adalah Rp.20.000.000,- sehingga bisa dikatakan bahwa *e-wallet* masih belum efektif dalam menyimpan uang seperti halnya, terlebih lagi tidak bisa melakukan tarik tunai melalui kartu dan hanya bisa digunakan melalui *smartphone*. Komponen dalam layanan ini terbagi dua yaitu perangkat lunak dan informasi, dimana perangkat lunak dapat menyediakan enkripsi data, menyimpan informasi pribadi serta menyediakan keamanan yang baik, sedangkan informasi mencangkup tentang nama, alamat, metode pembayaran, alamat pengiriman serta lain sebagainya.

[10]Peraturan Bank Indonesia, "Uang Elektronik.", Agustus 09, 2018, https://peraturan.bpk.go.id/Details/135874/peraturan-bi-no-206pbi2018-tahun-2018

Cara kerja *e-wallet* berbeda dengan *e-money*. *E-wallet* merupakan aplikasi yang dapat berfungsi seperti dompet yang dapat menyimpan sejumlah uang yang nantinya dapat digunakan untuk berbelanja, sedangkan *e-money* adalah bentuk uang fisik yang sudah di digitalkan.[11]

Adapun pertumbuhan dompet digital di Indonesia diawali oleh telkomsel yang merilis *T-Cash* pada 2007, kemudian disusul oleh Dompetku, dan disusul oleh XL tunai pada 2012, kemudian GoPay di 2016, dan OVO yang berkerja sama dengan Grab dan Tokopedia, serta DANA yang menyediakan fitur seperti pembayaran tagihan listrik, telepon, iuran BPJS, tranfer dana antar pengguna dan pembelian pulsa dll, kemudian diikuti aplikasi LinkAja dimana merupakan *e-wallet* gabungan dari berbagai BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yaitu *T-Cash* milik telkomsel, *T-Money* milik Telkom, T-Bank milik BRI, UnikQu milik BNI serta mandiri *e-cash* milik Bank Mandiri.

b. Kekurangan dan kelebihan dompet digital

Kelebihan dari dompet digital adalah sebagai berikut:[12]

1) Kemudahan Penggunaan: Dompet digital mudah digunakan dan memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat dan sederhana. Pengguna dapat melakukan pembayaran, transfer uang, dan mengelola dana mereka dengan mudah melalui aplikasi atau platform yang sesuai.
2) Kecepatan Transaksi: Transaksi menggunakan dompet digital dapat dilakukan dalam hitungan detik, yang memungkinkan pembayaran instan dan pengiriman uang dengan cepat. Ini sangat berguna dalam situasi darurat atau ketika kecepatan transaksi penting.
3) Keamanan: Dompet digital sering dilengkapi dengan berbagai lapisan keamanan, termasuk otentikasi dua faktor, enkripsi data, dan fitur keamanan tambahan. Ini membantu melindungi dana dan informasi pengguna dari akses yang tidak sah.

[11] Ahmad & Nasution, *Ekonomi Digital*. (Mataram: ANDI, 2019) 99.

[12] Riadi, "Dompet Digital (E-Wallet) - Sistem, Jenis Dan Penggunaan.", April 26, 2022, https://www.kajianpustaka.com/

4) Riwayat Transaksi: Pengguna dapat dengan mudah melacak riwayat transaksi mereka melalui aplikasi dompet digital. Ini membantu dalam mengelola keuangan pribadi dan memantau pengeluaran.
5) Penggunaan dompet digital dapat membantu mengurangi penggunaan kertas dan koin fisik, yang dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan

Sedangkan kekurangan yang dimiliki oleh dompet digital antara lain adalah sebagai berikut:

1) Ketergantungan pada Teknologi: Dompet digital membutuhkan akses ke perangkat teknologi, seperti smartphone atau komputer, serta koneksi internet yang stabil. Ini dapat menjadi hambatan bagi mereka yang tidak memiliki akses ke teknologi atau tinggal di daerah dengan konektivitas yang buruk.
2) Potensi Kehilangan Akses: kehilangan perangkat atau lupa kata sandi, dapat kehilangan akses ke dana dalam dompet digital. Proses pemulihan akun dapat rumit dan memakan waktu.
3) Potensi Penipuan dan Keamanan: Seperti yang disebutkan sebelumnya, meskipun dompet digital memiliki lapisan keamanan, mereka tetap rentan terhadap penipuan dan kejahatan siber. Penjahat dapat mencoba mencuri informasi pribadi atau akses ke dompet digital.
4) Biaya Transaksi: Beberapa penyedia dompet digital mungkin mengenakan biaya untuk beberapa jenis transaksi, seperti transfer dana atau penarikan uang. Biaya ini dapat bervariasi dari satu penyedia ke penyedia lainnya.
5) Keterbatasan Penerimaan: Tidak semua toko atau bisnis menerima pembayaran menggunakan dompet digital. Ini mungkin membatasi opsi pembayaran Anda dalam beberapa situasi.

c. Jenis-jenis Dompet Digital

Karena kesederhanaan penggunaan dan manfaatnya, dompet digital saat ini menjadi salah satu dompet digital yang semakin disukai oleh masyarakat umum.

Sepuluh (10) dompet digital teratas di Indonesia ditunjukkan di bawah ini, termasuk:

1) *Go-Pay*

Go-Pay adalah dompet digital yang terkait dengan aplikasi Gojek. Pengguna dapat mengisi saldo *Go-Pay* mereka dan menggunakannya untuk membayar layanan Gojek, termasuk ojek online, pesan makanan, dan belanja online. Selain itu, *GoP-ay* juga dapat digunakan untuk pembayaran di berbagai toko fisik dan online yang telah bekerja sama.[13]

2) Ovo

OVO adalah dompet digital yang terkait dengan Grab, platform transportasi dan layanan on-demand lainnya. Pengguna dapat mengisi saldo OVO mereka untuk melakukan pembayaran, termasuk untuk perjalanan dengan Grab, belanja online, dan pembayaran di toko-toko fisik yang menerima OVO.[14]

3) Dana

DANA adalah dompet digital yang dikeluarkan oleh PT Elang Sejahtera Tbk. Pengguna dapat menghubungkan berbagai sumber dana, seperti rekening bank, kartu kredit, atau saldo DANA, untuk melakukan berbagai transaksi, termasuk pembayaran tagihan, transfer uang, dan berbelanja online.[15]

4) LinkAja

LinkAja adalah sebuah dompet digital yang dikembangkan bersama oleh beberapa bank besar di Indonesia. Pengguna dapat mengisi saldo LinkAja mereka melalui berbagai metode dan menggunakannya untuk melakukan pembayaran di berbagai merchant, seperti toko, restoran, dan layanan transportasi.

---

[13]Arya Fenda Ibnu Sina, *Modul Indonesia Cakap Digital Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2)*.(Jakarta: Samudra Biru,2022)55

[14]Retna Kumalasari, "Macam-Macam E-Wallet, Definisi, Kelebihan, Dan Kekurangannya.", September 24, 2022, https://majoo.id/solusi/detail/ewallet-adalah.

[15]Arya Fenda Ibnu Sina, *Modul Indonesia Cakap Digital Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2)*.(Jakarta: Samudra Biru,2022)57arya fenda ibnu sina.

5) ShopeePay

ShopeePay adalah dompet digital yang terkait dengan platform e-commerce Shopee. Pengguna dapat mengisi saldo ShopeePay mereka dan menggunakan saldo ini untuk berbelanja di Shopee, membayar tagihan, dan melakukan pembayaran di berbagai toko yang menerima ShopeePay.[16]

6) OctoGoMobile

Salah satu produk Bank CIMB Niaga adalah program dompet digital OctoGoMobile, yang tidak hanya mempermudah transaksi digital tetapi juga memiliki keamanan yang sama dengan aplikasi dompet digital lainnya karena dilengkapi dengan sistem keamanan sidik jari dan face lock serta dapat login dalam satu perangkat

7) iSaku

Dompet digital iSaku kerap digunakan untuk memudahkan transaksi di Indomaret semakin mudah maka dengan begitu hanya perlu mengisi saldo iSaku jika ingin berbelanja di indomaret. aku juga menggunakan sistem reward berupa poin setelah melakukan transaksi, maka poin-poin tersebut 20 bisa ditukarkan dengan berbagai promo yang ada di Indomaret dan bukan hanya itu dompet digital isaku juga dilengkapi dengan berbagai fitur berbelanja online, transfer dan hingga tarik tunai.

8) JakOneMobile

adalah aplikasi layanan keuangan yang terdiri dari *Mobile Banking* dan *Mobile Wallet* yang dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari pada *merchant-merchant* yang bekerjasama dengan Bank DKI.

9) Doku

[16]Arya Fenda Ibnu Sina, Modul Indonesia Cakap Digital Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2).(Jakarta: Samudra Biru,2022)58.

Dompet digital Doku, seperti dompet digital lainnya, memungkinkan transaksi digital sederhana, seperti pembelian pulsa, pembayaran bulanan, dan belanja online. Doku juga menggunakan metode keamanan ganda untuk melindungi data pengguna.

10) Sakuku

Bank Central Asia atau BCA adalah pemilik dompet digital saku saya yang terbilang cukup besar karena mayoritas pelaku bisnis di Indonesia sering menggunakan BCA untuk membayar gaji karyawannya. Ada dua versi aplikasi dompet digital ini: *My Pocket* dan *My Pocket Plus*. *My Pocket* hanya bisa menyimpan saldo maksimal hingga 2 juta, namun *My Pocket Plus* memungkinkan Anda menyimpan saldo hingga 10 juta. Perbedaan ini terlihat pada jumlah maksimal saldo yang bisa disimpan di dalamnya dan *my pocket Plus* memiliki sejumlah fitur tambahan termasuk tagihan terpisah dan penarikan tunai.[17]

d. **Indikator dompet digital**

Dengan adanya dompet digital, tidak jauh dari yang namanya penggunaan. Menurut Hadijah salah satu dalam perusahaan Jasa Finansial Online Cermati, terdapat beberapa keuntungan yang menjadi indikatornya dengan menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran, antara lain yaitu:[18]

1) Super praktis dan efisien, karena kita tidak perlu lagi pergi ke ATM terdekat untuk melakukan pembayaran.
2) Lebih aman, karena walupun handphone hilang tidak berarti dana di dompet digital hilang karena aplikasi bisa didownload ulang dan adanya keharusan mengetik PIN sebelum melakukan transaksi.
3) Bertransaksi bisa dilakukan dimana saja tanpa menggunakan uang tunai lagi.

[17]Arya Fenda Ibnu Sina, *Modul Indonesia Cakap Digital Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2)*.(Jakarta: Samudra Biru,2022).59.

[18] Anton Wardaya, *Strategic Management Of Digital Era*.(Surabaya: Artha Karya Pusaka, 2020)80.

4) Riwayat transaksi tercatat, setiap transaksi yang dilakukan akan tercatat secara berurutan.
5) Banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan seperti halnya kartu kredit yang memanjakan nasabahnya sebagai reward dan diskon.

e. Pandangan islam tentang dompet digital

Adapun pandangan islam tentang dompet digital yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29:[19]

يَا أَيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَ تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ
مِّنكُمْ ۗ وَلَ تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

> "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Dari dalil Al-Quran diatas bahwa manusia boleh bermuamalah dalam bidang ekonomi, asalkan dengan cara yang benar dan tidak dilakukan dengan cara yang salah menurut syara, juga dengan didasari saling ridha meridhai. Oleh karena dilihat dari prinsip- prinsip hukum ekonomi syariah juga dompet digital tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Dompet digital itu hanya alat untuk menyimpan uang secara virtual dan untuk melakukan transaksi ataupun pembayaran.

[19] Surah An-Nisa Ayat 29, "Aplikasi Quran Kemenag in Word."

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku, tindakan, dan proses psikologis apa pun yang terus membujuk seseorang untuk terlibat dalam perilaku yang melibatkan pembelian, konsumsi, dan pengeluaran barang dan jasa yang sudah ada.

Perilaku konsumtif adalah ketika seseorang membeli barang atau jasa murni karena emosi dan bukan atas dasar alasan yang masuk akal. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku yang bercirikan gaya hidup mewah yang boros.[20]

Perilaku konsumtif mengacu pada tindakan yang tidak lagi dimotivasi oleh alasan rasional melainkan oleh keinginan yang tidak rasional. Perilaku konsumtif dapat dikonseptualisasikan secara pragmatis sebagai tindakan menggunakan barang yang tidak sempurna. Ini menunjukkan bahwa suatu produk belum dikonsumsi, bahwa merek yang berbeda dari jenis produk yang sama telah digunakan, dan seterusnya.[21]

Kesimpulannya, perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai perilaku, tindakan, dan proses psikologis apa pun yang melanggengkan dorongan seseorang untuk membeli produk yang sebenarnya tidak mereka butuhkan secara berlebihan karena keinginan yang tidak logis untuk mengalami kesenangan dan kepuasan sebanyak mungkin.

a. Terbentuknya perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif berkembang karena konsumsi telah menyatu dengan proses kehidupan. Perilaku konsumtif, di sisi lain mulai muncul terutama setelah era industrialisasi ketika produk diproduksi secara massal, yang membutuhkan variasi pelanggan yang lebih besar. Dalam hal ini, media massa dan elektronik berperan strategis dalam mempengaruhi perilaku konsumen karena merupakan media yang menarik. pelanggan yang membeli produk.

Hidup mewah dan berlebihan adalah tanda konsumerisme. Memanfaatkan segala sesuatu yang dianggap paling mahal dan menawarkan tingkat kenyamanan

---

[20]Laila Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*,(Surabaya: NEM, 2021),110.

[21]Sjeddie, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.(Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2022)77.

dan kenikmatan fisik yang paling besar, serta perkembangan pola kehidupan manusia yang diatur dan dimotivasi hanya oleh kebutuhan akan kesenangan. Perilaku konsumtif digambarkan dengan tindakan melakukan pembelian produk secara berlebihan dengan sedikit atau tanpa pertimbangan.[22]

b. Karakteristik perilaku konsumtif

Sesuai dengan sifat konsumsinya, remaja tidak lagi melakukan aktivitas yang didorong oleh kebutuhan. Ciri-ciri pengguna remaja dapat digunakan untuk memahami ciri-ciri perilaku konsumtif remaja:[23]

1) Remaja sangat rentan untuk dirayu oleh penjual.
2) Iklan mudah diyakinkan, terutama yang menekankan betapa rapi kemasannya.
3) Tidak memikirkan hari esok.
4) Kurang praktis, idealis, dan rentan terhadap persuasi (impulsif).

Ciri-ciri ini cukup untuk menunjukkan bahwa motivasi di balik orang bertindak dengan cara ini adalah keinginan. Selain itu, perilaku ini tidak menunjukkan komponen kebutuhan. Remaja menunjukkan perilaku boros yang mencolok untuk menegakkan harga diri mereka di lingkungan sosial, tidak menyadari kebutuhan mereka yang sebenarnya.

Landasan penting untuk mengidentifikasi dan melanjutkan penelitian tentang perilaku konsumtif adalah ciri-ciri remaja yang berperilaku demikian. Hal ini dimaksudkan agar kita dapat menentukan variabel-variabel yang menyebabkan remaja melakukan perilaku konsumtif dengan meneliti dan memahami ciri-ciri remaja tersebut.

c. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Unsur konsumtif antara lain sebagai berikut:[24]

1) Pembelian impulsif (*impulsive buying*)

---

[22] Laila Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*.(Surabaya: NEM, 2021)112.

[23]Sjeddie, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.(Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2022)99Sjeddie.

[24]Laila Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*.(Surabaya: NEM, 2021)48.

Komponen ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian remaja dipengaruhi oleh keinginan yang tiba-tiba atau tidak rasional, yang dibuat tanpa ragu-ragu, tanpa mempertimbangkan apa yang akan terjadi selanjutnya, dan biasanya bersifat emosional.

2) Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif memboroskan banyak uang tanpa menyadari adanya kehidupan yang jelas, yang merupakan salah satu ciri dari perilaku boros. Perilaku konsumtif juga sering menimbulkan pemborosan yang berdampak buruk bagi kehidupan remaja. Psikologi agama berpandangan bahwa ajaran agama memberikan norma-norma yang dapat dimanfaatkan pemeluknya sebagai kaidah perilaku saat bertindak dan bertindak. Standar-standar ini berbicara tentang pengembangan kepribadian dan menjaga perdamaian masyarakat dalam upaya menegakkan kesetiaan kepada Dzat Ilahi.

Beberapa hal antara lain meliputi indikator perilaku konsumtif bentuk pemborosan, antara lain:

a) Daya pikat pemberian hadiah mendorong orang untuk membeli barang.
b) Membeli produk karena kemasannya menarik
c) Membeli barang menjaga reputasi dan harga diri seseorang tetap utuh
d) Membeli barang berdasarkan harga (bukan berdasarkan manfaat dan kegunaan)
e) Mempertahankan simbol status dengan membeli produk
f) Menggunakan produk karena mengikuti model yang diiklankan munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal.
g) Mencoba lebih dari dua barang yang sebanding (merek berbeda).[25]

3) Mencari kesenangan *(Non rational buying)*

Untuk menemukan kesenangan, seseorang terlibat dalam tindakan ini. Kenyamanan fisik adalah salah satu unsur yang perlu diperhatikan, yang dalam hal

[25] Viany Maqfira, *Konsep Dan Strategi Penanganan Masalah Perilaku Manusia Di Era Digital*.(Surabaya: get press indonesia, 2023)120.

ini didorong oleh sifat remaja, yang akan merasa puas dan nyaman ketika mereka berpakaian dengan cara yang mungkin membuat mereka populer.

Dari uraian di atas, terlihat bahwa perilaku kompulsif remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pembelian impulsif, menghambur-hamburkan uang, dan mencari kesenangan.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Secara kondisional, tiga faktor mengarah pada perkembangan perilaku kompulsif:

1) Faktor internal

Faktor internal seperti motivasi, harga diri, pengetahuan tentang proses belajar, kepribadian, dan konsep diri mempengaruhi perilaku konsumsi setiap orang.

a) Motivasi dan harga diri

Sementara motivasi adalah kekuatan di balik perilaku yang didorong oleh dorongan keinginan dan keinginan manusia, harga diri adalah faktor yang mempengaruhi ketika alasan pembelian terkait dengan perasaan atau emosi pribadi seperti mengungkapkan cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan pragmatisme berfokus pada pencapaian tujuan pengambilan keputusan.

b) Pengamatan dan proses belajar

Kemampuan untuk mengkomunikasikan cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan pragmatisme seseorang melalui pembelian adalah salah satu cara harga diri seseorang mempengaruhi perilaku belanja mereka. Motivasi adalah energi di balik tindakan yang didorong oleh dorongan keinginan dan keinginan pribadi dengan tujuan mencapai pilihan.

c) Kepribadian dan konsep diri

Serangkaian fitur unik yang memengaruhi cara orang bereaksi dan berperilaku dikenal sebagai kepribadian mereka terutama karena orang lain secara wajar dapat mencirikan perilakunya secara konsisten. Konsep diri, di sisi lain, dapat digunakan untuk menentukan hubungan antara konsep diri konsumen dan tujuan periklanan, citra penjual, atau citra merek. Kekuatan kejujuran, rasa humor, keadilan,

kriminalitas, dan lain-lain adalah bagian dari konsep diri seseorang, yang tidak terbatas pada keinginan tubuh.

2) Faktor eksternal

Budaya, kelas sosial ekonomi, kelompok sosial dan referensi, dan keluarga adalah contoh kekuatan luar yang mempengaruhi perilaku konsumsi individu.

a) Kebudayaan

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh budaya yang terlihat dari cara hidup, kebiasaan, dan perilaku dalam permintaan pasar terhadap berbagai barang.

b) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sekelompok individu yang memiliki berbagai tingkat status, kekuasaan, dan kekayaan serta nilai-nilai bersama dan seperangkat gagasan yang memengaruhi perilaku dan proses berpikir mereka. Status sosial mungkin memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumen atau pilihan produk.

c) Kelompok-kelompok sosial

Interaksi seseorang dengan anggota kelompok sosial lainnya secara langsung akan mempengaruhi pendapat dan seleranya, yang akan mempengaruhi pilihan produk atau merek produk.

d) Kelompok referensi

Kelompok referensi memiliki dampak yang lebih besar pada individu karena mereka membentuk kepribadian dan tindakannya. Konsumen sering menggunakan kelompok ini sebagai model untuk berperilaku.

e) Keluarga

Keluarga seseorang dapat dianggap sebagai kelompok referensi penting karena keluarga adalah lembaga sosial yang signifikan. Keluarga dikenal sering melakukan kontak langsung antara anggota keluarga dengan yang lain.

e. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki empat komponen, diantaranya:[26]

1) Melakukan Pembelian *Impulsive*

Saat membeli suatu produk, orang cenderung lebih termotivasi oleh kebutuhan yang tiba-tiba dan intens. Pembelian ini biasanya dilakukan secara emosional dan tanpa banyak memikirkan masa depan.

2) Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Tidak sebanding dengan kebutuhan dibeli murni karena ingin mengalami kesenangan bukan karena kebutuhan.

3) Tidak Bernilai Kebutuhan (*Non Rational Buying*)

Kecenderungan untuk mengkonsumsi barang-barang tanpa mempertimbangkan jumlah uang yang dibutuhkan untuk membelinya dan hanya berusaha untuk memenuhi keinginannya merupakan tanda dari perilaku konsumsi.

4) Berharap Lebih Banyak Dari Orang Lain (*Satisfaction Seeking*)

Ada dorongan terus-menerus untuk mengungguli orang lain, yang disertai dengan rasa daya saing yang kuat.

f. Indikator perilaku konsumtif

Indikator dapat dijadikan alat untuk mengukur apakah individu berperilaku konsumtif atau tidak. Indikator perilaku konsumtif yaitu:[27]

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Orang membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan ketika membeli barang tersebut.

[26] Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*.(Jakarta: Erlangga, 2020)100

[27]Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*.(Jakarta: Erlangga, 2020)108

2) 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.

3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4) 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.

5) 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 ekslusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

g. Pandangan islam tentang perilaku konsumtif

Adapun pandangan islam tentang dompet digital yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 27:[28]

اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ ۗوَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا

Terjemahnya:

[28] Surah Al-Isra' Ayat 27, "Aplikasi Quran Kemenag in Word."“Aplikasi Quran Kemenag in Word.”“Aplikasi Quran Kemenag in Word.”“Aplikasi Quran Kemenag in Word.”

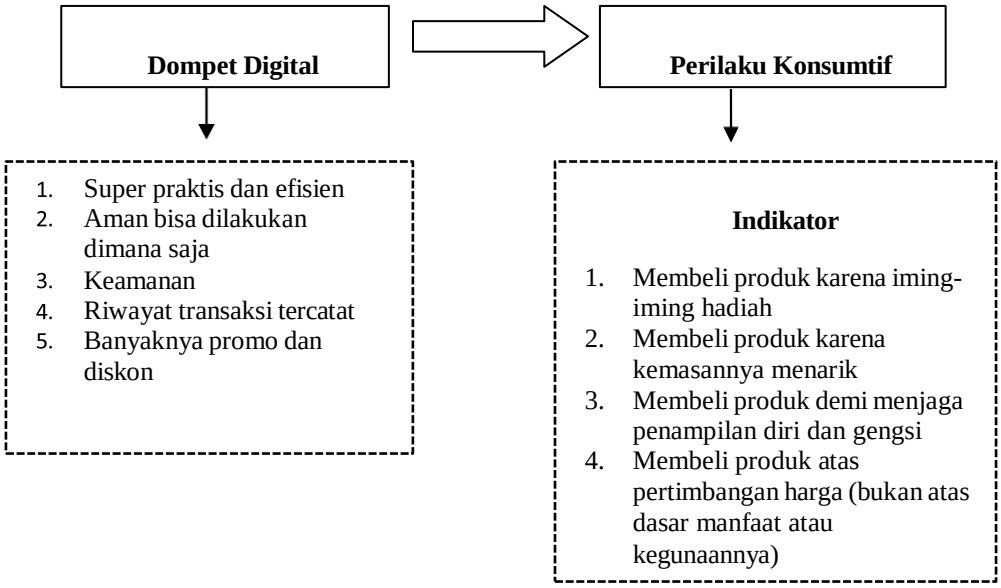
"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."

Dari dalil Al-Qur'an diatas bahwa orang yang menghambur-hamburkan uang dan hartanya dalam melakukan maksiat kepada Allah, yakni membelanjakan hartanya bukan untuk ketaatan kepada Allah, maka mereka adalah kawan-kawan setan di dunia sampai akhirat.

C. Kerangka Pikir

Untuk memperjelas arah penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo, maka berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, secara skematis model pemikiran dalam penelitian ini seperti pada gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1 kerangka pikir



Sesuai gambar keragka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh tentang Dompet Digital (X) yang dikatakan sebagai variabel bebas (independen) yang akan meberikan pengaruh atau menjadi sebab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) yang dikatakan sebagai variabel terikat (dependen).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan Berdasarkan teori dan konsep di atas maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Ho = Tidak Adanya Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo

Ha = Adanya Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[29] Pada penelitian ini data yang digunakan data sekunder berupa data kuesioner untuk variabel dependen dan variabel indenpen. Data tersebut meliputi jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden. Kuesioner yang dipakai disini adalah model terbuka dan pengukurannya menggunakan skala likert unutk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan lima alternatif jawaban dalam satu daftar jawaban yang telah disediakan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literature, jurnal atau data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.[30]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada lokasi penelitian dilaksanakan di Kampus IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan waktu penelitian direncanakan selama 1-2 bulan terhitung sejak penelitian ini di seminarkan.

C. Defenisi Oprasional Variabel

Defenisi operasional variabel merupakan penjabaran dari masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya atau dapat dikatakan

---

[29]Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods).(Bandung : Alfabeta,2021)10

[30]Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI.(Jakarta : Rineka Cipta, 2019) 151

sebagai spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara nyata berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan diamati oleh peneliti.[31]

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator
1.	Dompet Digital (X)	Dompet digital adalah bentuk teknologi pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengirim, dan menerima uang secara digital.	1. Super praktis dan efisien 2. Aman bisa dilakukan dimana saja 3. Keamanan terjamin 4. Riwayat transaksi tercatat 5. Banyaknya promo dan diskon
2.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang .	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

[31] Saban Echdar, Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis (Bogor: Ghalia Indonesia, 2018) Halaman 27.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakterisktik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[32] Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang masih menggunakan dompet digital. Jumlah anggota populasi tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi karena keterbatasan tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dengan demikian sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul resesentatif atau mewakili. Jika jumlah populasi terlalu besar, maka peneliti dapat mengambil sebagian dari jumlah total populasi.[33] Penulis ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive sampling* digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak), maka dengan menggunakan purposive sampling diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah mahasiswa IAIN Palopo dan masih menggunakan aplikasi dompet digital. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus *Cochran:*

$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

[32]Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods).(Bandung : Alfabeta,2021)25.

[33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.....*

$$n = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)}{(0{,}10)^2}$$

$$n = 96{,}04 = 97\ orang$$

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = *margin error* 10%

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan, pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden.

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Data primer, diperoleh langsung dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
b. Data sekunder, diperoleh secara tidak langsung dari literature dokumen, data-data, buku-buku, media elektronik, jurnal-jurnal dan literature lainnya yang berkaitan dengan persoalan yang akan diteliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket data primer diperoleh dengan memberikan daftar peryataan kepada para responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket terbuka, dimana pernyataan telah memiliki alternatif jawaban yang tinggal dipilih oleh responden. Skala yang digunakan dalam angket ini adalah Skala Likert.
b. Observasi , observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung lapangan. Observasi bertujuan untuk memperoleh informasi dalam

menjawab masalah penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.[34]

E. Instruen Penelitian

Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan melakukan pembagian daftar pernyataan langsung ke objek penelitian sehingga data yang penulis kumpulkan benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian ini menggunakan Skala Likert dan responden tinggal mengisi dengan tanda ceklis pada kolom yang telah disediakan dan disebarkan melalui *google from*. Skala Likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidak setujuan terhadap suatu subjek, objek atau kejadian tertentu. Skala Likert pada umumnya menggunakan lima penilaian yaitu :[35]

1. Sangat Setuju (SS) = dengan skor 5
2. Setuju (S) = dengan skor 4
3. Kurang Setuju (KS) = dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = dengan skor 1

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu instrument pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat sutau instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapatkan tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebgai berikut:[36]

---

[34] Sugiyono ..... 145.

[35] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D ..... 145.

[36] Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss"(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019) 57.

a. Berdasarkan signifikasi

1) Berdasarkan signifikasi > 0,05 maka item dinyatakan tidak valid
2) Jika nilai signifikasi < 0,05 maka item dinyatakan valid

b. Berdasarkan nilai korelasi

1) Jika nilai r hitung < r tabel, maka item dinyatakan tidak valid
2) Jika nilai r hitung > r tabel, maka item dinyatakan valid

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Dompet Digital	1	0,867	0,202	valid
	2	0,866	0,202	valid
	3	0,752	0,202	valid
	4	0,631	0,202	valid
	5	0,735	0,202	valid
Perilaku Konsumtif	1	0,891	0,202	valid
	2	0,661	0,202	valid
	3	0,901	0,202	valid
	4	0,851	0,202	valid
	5	0,905	0,202	valid

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 22,2022

Berdasarkan uji validitas pada tabel diatas didapatkan r hitung > r tabel sehingga disimpulkan bahwa pada setiap pertanyaan dalam angket untuk masing-masing variabelnya dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata realibility yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak raliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6. Menurut Sugiono, realibiltas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.[37]

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
Dompet Digital	0,825	Reliable
Perilaku Konsumtif	0,900	Reliable

Sumber : data diolah SPSS 22,2022

Pada tabel uji reliabilitas diatas didaptkan hasil koefisien *Cronch's Alpha* ketiga variabel adalah > 0,60, sehingga dapat disimpulkan pernyataan dalam penelitian semua reliable.

[37]Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods).(Bandung : Alfabeta,2021)133.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan sebagai salah satu syarat sebelum data diolah berdasarkan model penelitian yang digunakan. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Metode pengambilan untuk uji normalitas yaitu data yang dinyatakan normal apabila nilai siginifikasi lebih besar dari 0,05, sebaliknya data dinyatakan tidak normal apabila nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05.biasanya untuk menguji data normal menggunakan uji kolmogrov-smirnov.[38]

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadinya perbedaan varience residual suatu periode pengamatan yang lain. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varians variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedasti. Uji heteroskedastisitas dengan model Rank Spearman, dilakukan dengan mengkolerasi semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residunya menggunakan korelasi Rank spearman. Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien Rank Spearman dari masing-masing variabel bebas nilai absolute residunya, jika nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha (Sig.>α), maka dapat di pastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas apabila t hitung < t tabel.[39]

2. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent)* dan satu variabel tak bebas (dependent). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas

[38] Priyanto Duwi, "Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS"(Yogyakarta: Media Kom, 2019) 40.

[39] Suliyanto, "Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi Dengan SPSS"(Yogyakarta: Andi offset yogyakarta, 2018) 77.

(dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent). Dalam penelitian ini menggunakan rumus linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Di mana :
a dan b = Konstanta
Y = Variabel terikat
X = Variabel bebas

b. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji seberapa jauh/banyak pengaruh variabel independent yang dipakai dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependent dengan secara parsial. Cara awal pengambilan keputusan digunkan dalam uji T, jika dinilai probabilitas signifikasi < 0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independent tidak berpengaruh signifikasi terhadap variabel dependent. Maka sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikasi > 0,05, maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independent berpengaruh signifikasi terhadap variabel dependent.[40]

c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana konstribusi variabel dependen mempengaruhi variabel dependen.

Nilai koefisien memiliki kisaran antara 0 dan 1 jika hasil atau jumlah lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat teratas. Tapi jika hasil mendekati hasil 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hapur seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi/mempekirakan variasi variabel dependent. Untuk memudahkan melakukan interprestasi mmengenai kekuatan hubungan antara dua variabel criteria sebagai berikut:

[40] Suliyanto, "Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi Dengan SPSS"(Yogyakarta: Andi offset yogyakarta, 2018) 79.

1) 0 tidak ada korelasi antara dua variabel
2) >0 – 0,25 korelasi sangat lemah
3) >0,25 - 0,5 korelasi cukup
4) >0,5 – 0,75 korelasi kuat
5) >0,75 – 0,99 korelasi sangat kuat
6) 1 korelasi sempurna.[41]

[41] Priyanto Duwi, "Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS"(Yogyakarta: Media Kom, 2019) 90.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau disingkat dengan FEBI ini pada awalnya merupakan Fakuktas Syariah. Dimana Fakultas Syariah meiliki beberapa jurusan yaitu Hukum, Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah. Tapi, pada tanggal 23 maret 2014 Fakultas Syariah telah berdiri sendiri karena pada saat ini Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam terbentuk. Tetapi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hanya memiliki dua jurusan saja, yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Dimana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki Akreditas C sedangkan Jurusan Ekonomi Syariah Akreditas A dan Perbankan Syariah C. Hal ini yang mengakibatkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki banyak peminat dalam bidang pendidikannya. Hal ini dapat dilihat dari antusiasnya calon Mahasiswa yang ingin mendaftar sangat meledak dibandingkan pada awalnya jurusan Ekonomi hanya memiliki kurang lebih 14 orang saja sedangkan perbankan belum ada tetapi Perbankan bisa meningkatkan Peminatnya hingga sekarang.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tahun ketahun semakin meningkat jumlah mahasiswanya. Dimana pada tahun 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuka Jurusan Baru yaitu Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dengan adanya

jurusan Manajemen Bisnis Syariah menambah jumlah jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peminat dari Jurusan Manajemen Bisnis Syariah lumayan banyak, dimana Pendaftarannya pada tahun 2017/2018 banyak calon mahasiswa yang mendaftar pada jurusan ini.

2. Visi Dan Misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

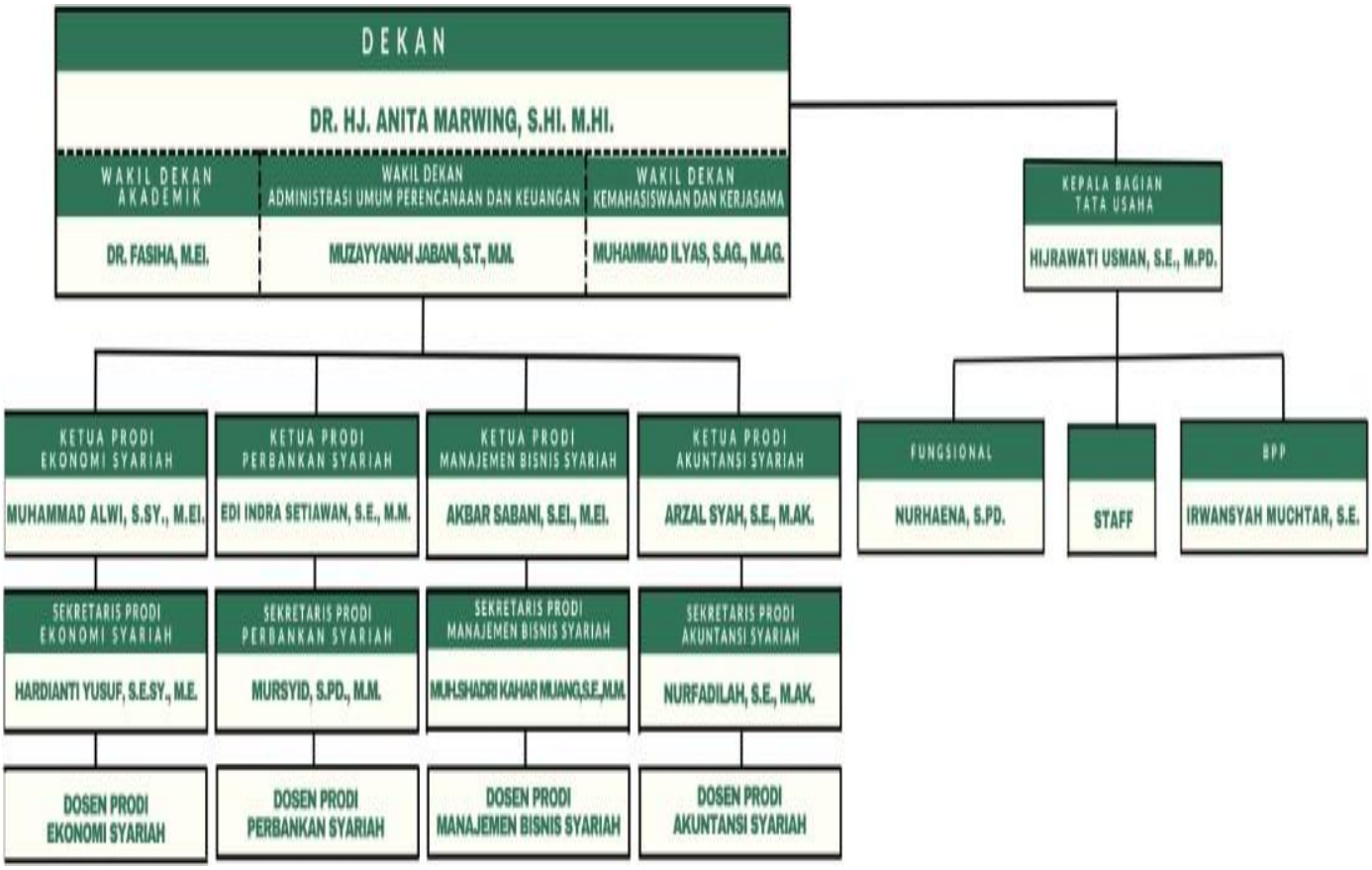
Visi

Unggul dalam pelaksanaan tranformasi keilmuan ekonomi dan bisnis islam sebagai pajung peradaban.

Misi

a. Menyelenggarakan kegiatan tridarma perguruan tinggi berbasis ekonomi islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu.
b. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antara lembaga internal dan eksternal untuk penguatan kelembagaan.
c. Mengembangkan dan menyebarluaskan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis islam dengan jiwa entrepreneur.

3. Strutur Organisasi Fakultas Dan Bisnis Islam (FEBI)



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

a. Dekan

Tugas dan tanggung jawab dekan, yaitu:

1) Memimpin dan menyelenggarakan pemimpin.

2) Memimpin dan myelenggarakan penelitian.

3) Memimpin dan menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat.

4) Membina tenaga kependidikan.

5) Membina tenaga administrasi fakultas.

6) Membina mahasiswa.

7) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan, kepegawaian, administrasi umum dan Perlengkapan.

8) Menjalin kerjasama dengan orang tua mahasiswa, alumni, dan instansi lain.

9) Dekan bertanggung jawab kepada rektor.

b. Wadek I

Tugas dan tanggung jawab, wadek I, yaitu:

1) Membantu dekan dalam memimpin program studi tingkat sarjana dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

2) Mewakili dekan dalam kegiatan bidang akademik, perencanaan, dan kerjasama.

3) Bertanggung jawab kepada dekan.

c. Wadek II

Tugas dan tanggung jawab, wadek II yaitu:

1) Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang 44 keuangan, kepegawaian, administrasi umum, dan perlengkapan.

2) Mewakili dekan dalam bidang administrasi umum dan rumah tangga.

3) Bertanggung jawab kepada dekan.

d. Wadek III

Tugas dan jawab wadek 3, yaitu:

1) Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang organisasi mahasiswa, penalaran mahasiswa, pembinaan minat dan bakat mahasiswa, dan kesejahteraan mahasiswa serta mengkoordinasikan kegiatan Ikatan Orang Tua Mahasiswa dan alumni di tingkat fakultas.
2) Mewakili dekan dalam bidang pembinaan dan penalaran mahasiswa.
3) Bertanggung jawab kepada dekan.

e. Kepala Bagian Tata Usaha

Tugas dan tanggung jawab, kepala bagian tata usaha, yaitu:

1) Menyusun rencana dan program kerja bagian tata usaha fakultas sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
2) Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidangnya.
3) Memberikan petunjuk kepada bawahan untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
4) Mengkoordinasikan Kasubbag Pendidikan dan Kemahasiswaan, Kasubbag Keuangan dan Kepegawaian dalam melaksanakan tugas agar terjalin kerjasama yang baik.
5) Menyelia pelaksanaan tugas masing-masing Kepala Sub Bagian fakultas agar hasil yang dicapai sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan
6) Menilai prestasi kerja Kepala Sub Bagian sebagai bahan pembinaan dan pengembangan karier

7) Menelaah Peraturan Perundang-undangan di bidang Pendidikan, Kemahasiswaan, Keuangan dan Kepegawaian, Umum dan Perlengkapan Fakultas.
8) Menghimpun, mengolah, dan menganalisis data dan informasi yang berhubungan dengan kegiatan fakultas.
9) Mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan tugas bidang pendidikan, kemahasiswaan, keuangan dan kepegawaian, umum dan perlengkapan fakultas.
10) Memberikan layanan teknis administrasi di bagian Tata Usaha fakultas.
11) Menyusun laporan kerja bagian tata usaha fakultas sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.

f. Kepala Sub Bagian Akademik Kemahasiswaan

Tugas dan tanggung jawab, kepala sub bagian akademik kemahasiswaan, yaitu :

1) Menyusun rencana dan program kerja Sub Bagian Akademik dan Kemahasiswaan fakultas sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
2) Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidangnya.
3) Memberikan petunjuk kepada bawahan untuk kelancaran pelaksanaan tugas
4) Menilai prestasi kerja bawahan sebagai bahan pembinaan dan pengembangan karier
5) Menyiapkan, melaksanakan dan memantau kegiatan registrasi, perkuliahan, ujian semester, skripsi, yudisium.

6) Menyiapkan dan mengirim berkas usulan berbagai macam beasiswa, dan mendistribusikan SK mengajar, SK Pembimbing Skripsi, SK Pembimbing Akademik dan SK Bimbingan Program Pendidikan Profesi, dll. Yang berhubungan dengan pendidikan ke universitas untuk diterbitkan SK-nya.
7) Memantau kegiatan kemahasiswaan yang meliputi bidang penalaran, bakat dan minat kesejahteraan serta pengabdian kepada masyarakat.
8) Memberi layanan teknis administrasi bidang kemahasiswaan secara cepat, tanggap dan ramah.
9) Mempublikasikan berbagai lomba bagi mahasiswa pada tingkat regional dan tingkat nasional.
10) Menyusun laporan kerja sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.

g. Kepala Sub Bagian Administrasi Umum

Tugas dan tanggung jawab, kepala sub bagian administrasi kemahasiswaan, yaitu:

1) Memproses surat keterangan masih kuliah untuk tunjangan gaji/mendapatkan beasiswa, tidak sedang mendapat beasiswa, pengganti Kartu Mahaiswa.
2) Memproses surat permohonan ijin kegiatan di luar kampus.
3) Memproses surat tugas mengikuti kegiatan minat, bakat dan penalaran mahasiswa.

4) Menyusun laporan kegiatan minat, bakat dan penalaran mahasiswa
5) Membuat buku induk mahasiswa
6) Pembukuan keuangan bidang III.
7) Membantu mengoreksi permohonan dana kegiatan HMJ, UKM, dan SPJ kegiatan
8) Mengelola dana operasional bidang III dengan berpedoman peraturan keuangan yang berlaku
9) Melayani legalisir Ijazah dan transkrip.
10) Membantu penyelenggaraan pelepasan wisudawan tingkat fakultas
11) Membantu seleksi calon penerima beasiswa tingkat fakultas mulai dari persiapan sampai realisasi
12) Membantu mempersiapkan rapat bidang III.
13) Mengumpulkan data kemahasiswaan KKN (Kuliah Kerja Nyata)
14) Mendistribusikan jaket almamater
15) Membantu mahasiswa untuk kegiatan dibidang karya ilmiah dll.

h. Ketua Prodi

Tugas dan tanggung jawab, ketua prodi, yaitu:

1) Menyusun rencana dan program kerja program studi
2) Menyusun kurikulum, silabus, buku modul ajar, dan buku modul peraktik
3) Membagi tugas pengajaran kepada dosen dan teknisi
4) Mengevaluasi kegiatan akademik dosen dan mahasiswa

5) Menyusun rencana pengembangan program studi serta pengembangan laboratorium sesuai dengan bidang keilmuan program studi
6) Menyelesaikan masalah-masalah akademik bagi dosen dan mahasiswa
7) Menyusun konsep petunjuk teknis dibidang Akademik khususnya penyelenggaraan kurikulum sebagai bahan masukan Atasan
8) Menyusun laporan bagian berdasarkan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas
9) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

i. Sekretaris Prodi

Tugas dan tanggung jawab sekretaris prodi, yaitu:

1) Membantu ketua jurusanmenyusun rencana dan program kerja
2) Menyusun instrument pemantauan pelaksanaan proses belajar-mengajar berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3) Menyusun konsep rencana biaya operasional unit.
4) Menyusun konsep prosedur pengajuan proposal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat bagi dosen dan mahasiswa
5) Memberi layanan administrasi bagi dosen, mahasiswa dan pihak luar yang akan melakukan penelitian dan kegiatan akademik lainnya.
6) Membantu menyusun penilaian SWMP Dosen
7) Membantu menyusun konsep laporan pelaksanaan kegiatan berdasarkan data dan informasi sebagai bahan masukan atasan

8) Melaksanakan tugas lain yang dibe[rikan oleh atasan

4. Karakteristik Responden

Dalam mempermudah untuk mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka perlunya gambaran terkait karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase(%)
1.	Perempuan	62	64%
2.	Laki-laki	35	36%
	Total	**97**	**100%**

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin pada tabel di atas, maka jumlah responden terbesar adalah berjenis kelamin perempuan yakni 62 orang responden atau sebesar 64% dan responden berjenis kelamin laki-laki yakni 35 orang atau sebesar 36% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Palopo di dominasi oleh perempuan.

5. Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikasi dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov Test* > 0,05 (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68212553
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.139
	Negative	-.162
Test Statistic		.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000[c]
Exact Sig. (2-tailed)		.113
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 22,2022

Berdasarkan tampilan output *One Sample Kolmogrof-Smirnov* pada tabel 4.2 diketahui bahwa nilai signifikansi (Exact Sig. (2- tailed) sebesar 0,113 karena lebih besar dari 0,05 (0,113>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji dalam variabel *word of mouth* dan minat konsumen berditsribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Selain menggunakan menggunakan metode Gletser dan Scaterplot, pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Rank Spearman. Dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan Rank Spearman adalah jika nilai signifikasi atau sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

			TOTAL_X	Unstandardized Residual
Spearman's rho	TOTAL_X	Correlation Coefficient	1.000	.176
		Sig. (2-tailed)	.	.084
		N	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.176	1.000
		Sig. (2-tailed)	.084	.
		N	97	97

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, nilai signifikasi atau sig. (2-tailed) dari residual dan variabel dompet digital sebesar 0.084, yang artinya 0.084 > 0.05. Dengan kata lain, variabel dompet digital nilai signifikasinya lebih besar besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis

1) Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linier sederhana:

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	1.035		.602	.548
	TOTAL_X	.936	.068	.818	13.865	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 22,2022

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier seperti berikut:

$$Y = a + b.X$$

Y = 0,623 + 0.936X

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasikan sebagai berikut:

a) Nilai konstanta (a) sebesar 0.623 artinya apabila variabel bebas dompet digital (X) dalam keadaan konstanta atau (a), maka perilaku konsumtif (Y) nilainya sebesar 0.623.
b) Koefisien regresi dompet digital sebesar 0,936 artinya setiap kenaikan satu variabel dompet digital (X) maka nilai variabel perilaku konsumtif (Y) akan naik sebesar 0,935 artinya apabila pengguna domper digital tidak baik, maka perilaku konsumtif tidak akan meningkat. Sebaliknya apabila dompet digital baik, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan tidak meningkat.

2) Uji T

Uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikasi < (0,05). Ketentuan yang dilakukan pada uji t terhadap F tabel dapat dilihat dari F statistic dF 1 = n – k – 1 atau dengan signifikasi 0,05, jika di hitung > t tabel. Berikut tabel hasil uji t :

Tabel 4.5 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	1.035		.602	.548
	TOTAL_X	.936	.068	.818	13.865	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dihasilkan uji parsial sebagai berikut:

1) Berdasarkan nilai signifikasi : dari tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dompet digital (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).
2) Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar 13.865 > t_{tabel} 1.66105 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X) berperan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

3) Uji Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R) adalah sebuah koefisien yang enunjukkan seberapa besar presentase variabel-variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagian *Adjusted* R Squre tabel Sumary. Berikut ini disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818[a]	.669	.666	2.69621

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0.818 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R2 sebesar 0.669 yang berarti 66,9% dompet digital dipengaruhi variabel perilaku konsummtif. Sisanya sebesar 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian bertujuan agar mengetahui dompet digital (X) berepengaruh secara sifnifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan pengujian analisis data menggunakan SPSS versi 22. Dimana populasi berjumlah 97 Pengguna dengan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus *Cochran*. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah membagikan kuesioner/angket kepada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang masi menggunakan dompet digital seperti DANA, OVO, LINK AJA, GO-PAY, dan lain sebagainya, atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok untuk dijadikan sebagai sumber data. pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji asumsi klasik dengan beberapa uji yang terdapat didalamnya, dengan hasil penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan antara dompet digital terhadap perilaku konsumtif, ini dibuktikan dengan normalitas data yang menunjukka bahwa hasil uji diperoleh signifikansi sebesar 0,113 hasil tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, jadi dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal.

Sedangkan uji heterokedastisitas yang menggunakan metode Rank Spearman menunjukkan hasil dari variabel bebas sebesar 0,084 yang lebih besar dari pada nilai standar signifikansi sebesar 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Pada uji selanjutnya yaitu uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa koefisiensi regresi X sebesar 0,936 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai dompet digital maka nilai perilaku konsumtif juga bertambah sebesar 0,660. Maka dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y ialah positif.

Pada uji t sebelumnya, variabel dompet digital didapatkan t_{hitung} sebesar 13.865 dan t_{tabel} 1.66105 atau 13.865 > t_{tabel} 1.66105 dengan tingkat signifikasi

variabel dompet digital 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan Ha di terima dan Ho di tolak. Jadi berdasarkan hasil penelitian diatas tersebut, maka variabel dompet digital (X) berperan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya jika penggunaan dompet digital tersebut semakin baik, maka perilaku konsumtif juga membaik jadi bisa dilihat bahwa seseorang yang menggunakan *e-wallet* melakukan pembayaran secara keseringan sehingga menimbulkan perilaku boros atau konsumtif yang berlebihan.

Sedangkan pada uji koefisien determinasi sebesar 0,818 yang dimana dompet digital (X) terdapat hubungan yang signifikan tehadap variabel perilaku konsumtif (Y) karena nilai R mendekati angka 1 yang artinya semakin banyak yang menggunakan dompet digital maka semakin besar pula perilaku konsumtif

Hal ini juga dibuktikan dengan hasil penelitian yang diungkapkan oleh Poppy, Natalia, Silvia Decmerry, dan Nalon Siagan yang berjudul "Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas HKBP NOMENSEN Medan" yang menunjukkan bahwa hubungan ini terjadi pengaruh antara dompet digital dengan perilaku konsumtif yang meningkatkat hubungan yang sedang. Hal ini juga terdapat dalam penelitian Devy Ayu, Yolanda, dan Sugianto dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif" yang menunjukkan bahwa ada pengaruh penggunaan aplikasi dompet digital terhadap perilaku konsumtif dengan kriteria cukup pada dimensi membeli produk hanya karna symbol status.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil uji t variabel dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Hal ini membuktikan dengan perolehan nilai hasil signifikansi variabel dompet digital (X) sebesar 13.865 dan t tabel sebesar 1.66105 sehingga hitung > t tabel (13.865 >1.66105). dan nilai signikansi dari tabel *coefficient diperolah* sebesar 0,000 < 0,05 terhadap perilaku konsumtif mahasiswa . Hasil hipotesis dinyatakan diterima jika taraf signikansi yang dilambangkan dengan Sig.< 0,05, dan akan di tolak jika Sig. > 0,05 artinya Ha diterima dan Ho ditolak.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang diperoleh, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dompet digital yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi seharusnya menjadikan seseorang dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien dan mudah mengolah keuangan, serta menjauhkan dari perilaku konsumtif.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengimplementasikan hasil penelitian ini yang baik atau indikator pada variabel dompet digital dan perilaku konsumtif mahasiswa ini untuk menjadi bahan pertimbangan.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya meneliti variabel terbaru agar menjadi penelitian sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad & nasution. *Ekonomi Digital*. Mataram: Andi, 2019.

Anton Wardaya. *Strategic Management Of Digital Era*. Surabaya: Artha Karya Pusaka, 2020.

"Aplikasi Quran Kemenag in Word." Accessed March 6, 2023. https://balitbangdiklat.kemenag.go.id/berita/aplikasi-quran-kemenag-in-word.

arya fenda ibnu sina. *Modul Indonesia Cakap Digital Pendekatan Integrasi-Interkoneksi Keislaman (Edisi 2)*. jakarta: samudra timur, 2022.

Astuti, Alfira Dwi, and Ani Faujiah. "Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (e-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam Pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta." *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2023): 209–22. https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396.

deliarnov. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. jakarta: erlangga, 2020.

duwi, Priyanto. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. yogyakarta: Media Kom, 2019.

Fouad Sabry. *Mata Uang Digital*. jakarta: satu miliyarberpengetahuan (indonesia), 2021.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019.

laila indah wardani. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Surabaya: NEM, 2021.

Pasabiru. *Kajian Kritis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank*. jawa timur: Global Aksara Pers, 2022.

Peraturan Bank Indonesia. "Uang Elektronik," 2018. https://peraturan.bpk.go.id/Details/135874/peraturan-bi-no-206pbi2018-tahun-2018.

Pramesti, Gilda, Azizah Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, and Dika Vivi Widyanti. “Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Bangun Rekaprima: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa, Sosial, Dan Humaniora* 9, no. 1 (2023): 35–42. https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/4425.

Prameswari, Ardhia, Dinda Namira Hsb, Luthfiah Nur Bayani, and Nurbaiti Nurbaiti. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet.” *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)* 4, no. 1 (2022): 60–70. https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.421.

Prasetya, N, A Santoso, and S Wahyuni. “Pengaruh Corporate Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 2, no. 2 (2019): 249–64. http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/583.

priyanto duwi. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. yogyakarta: Media Kom, 2019.

Retna Kumalasari. “Macam-Macam E-Wallet, Definisi, Kelebihan, Dan Kekurangannya,” n.d. https://majoo.id/solusi/detail/ewallet-adalah.

Riadi, Muchlisin. “Dompet Digital (E-Wallet) - Sistem, Jenis Dan Penggunaan,” 2022. https://www.kajianpustaka.com/2022/04/dompet-digital-e-wallet.html.

saban echdar. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. bogor: ghalia indonesia, 2018.

Silvia, Natalia, Poppy, Nalom. “Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan.” *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan ISSN:* 9, no. 4 (2023): 100–104. http://governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/95.

Situmorang, Maria Kristina. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 Di Kota Medan.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no. 1 (2021): 123–30.

http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646.

Sjeddie, watung. *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. yogyakarta: bintang semesta media, 2022.

sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Dr. Ir. Sutopoo. Edisi 2. bandung: Alfabeta, 2019.

suharsimi arikunto. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI*. Revisi VI. jakarta: rineka cipta, 2006.

suliyanto. *Ekonometrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. yogyakarta: Andi offset yogyakarta, 2018.

Ulayya, Syifa, and Endah Mujiasih. "Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." *Jurnal EMPATI* 9, no. 4 (2020): 271–79. https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950.

viany maqfira, arief yanto. *Konsep Dan Strategi Penanganan Masalah Perilaku Manusia Di Era Digital*. Surabaya: get press indonesia, 2023.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat, perkenalkan nama saya Putri Amalia, mahasiswi pada tingkat akhir Fakulatas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) pada Jurusan Perbankan Syariah. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian penyusunan skripsi dalam topik penelitian mengenai "Pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo". Mohon kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan kuesioner yang meneliti susun dalam rangka pelaksanaan penelitian.

A. Karakteristik Responden

1. Apakah anda pernah melakukan aktifitas pembayaran online menggunakan dompet digital seperti Dana, Ovo, Link Aja, Go-Pay?

a. Ya (lanjut kepertanyaan berikutnya)

b. Tidak (stop, sampai disini)

2. Apakah anda mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo?

a. Ya (lanjut kepertanyaan berikutnya)

b. Tidak (stop, sampai disini)

B. Identitas Responden

1. Nama Responden

2. Jenis Kelamin

a. Pria

b. Wanita

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Kuesioner berisi pernyataan

2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan (√)

3. Setiap jawaban mempunyai kriteria sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Skor 5
Setuju (S) = Skor 4
Kurang Setuju (KS) = Skor 3
Tidak Setuju (TS) = Skor 2
Sangat Tidak Setuju = Skor 1

D. Pernyataan

1. Dompet Digital (X)

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Super praktis dan efisien					
1. Dengan menggunakan e wallet saya tidak perlu menggunakan uang tunai.					
2. Jika saya membutuhkan maka membeli barang online lebih cepat dengan menggunakan e wallet					
Dilakukan Dimana Saja					
3. Menurut saya e wallet dapat digunakan dimana saja					
4. E wallet dapat diakses 24 jam pada saat saya membutuhkannya					
Keamanan					
5. Top up saldo dompet digital dapat dilakukan diberbagai gerai offline					
6. Dompet digital melindungi data pribadi dan proses transaksi pengguna dari peretas					
Riwayat transaksi tercatat					
7. Adanya riwayat transaksi pada e-wallet jadi lebih mudah dalam mengatur					

pengeluaran					
Promo Dan Diskon					
8. Pengguna dapat memperoleh diskon, cashback, atau point reward apabila aplikasi dompet digital digunakan secara terus menerus					
9. Adanya udian berhadiah bagi pelanggan setia dompet digital					

2. Perilaku Konsumtif (Y)

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
Membeli produk karena iming-iming hadiah					
10. Saya suka membeli produk untuk mendapatkan hadiah yang di berikan di e-wallet					
11. Saya tertarik membeli produk yang sedang promo undian berhadiah					
Membeli produk karena kemasannya menarik					
12. Saya senang membeli suatu produk menggunakan e-wallet karena kemasan yang unik dan menarik					
13. Saya mempertimbangkan harga sebelum melakukan transaksi menggunakan e-wallet					
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi					

14. Saya selalu membeli produk keluaran terbaru untuk menunjang penampilan diri					
15. Saya suka membeli produk yang dibeli teman-teman aplikasi e-wallet walaupun harganya mahal					
Membeli produk atas pertimbangan harga					
16. Saya tidak tertarik membeli produk yang sedang diskon (sale) yang ditampilkan e wallet					
17. Saya tertarik membeli produk yang sedang diskon (sale) yang ditampilkan e wallet					
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status					
18. Saya seringkali membeli produk yang terkesan mewah melalui dompet digital					
19. Sering melakukan transaksi menggunakan dompet digital agar tidak terlihat kampungan					

Lampiran 2. Hasil kuesioner penelitian

RESPONDEN	DOMPET DIGITAL (X)					TOTAL.
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	4	4	5	4	22
2	3	3	3	4	3	16

3	4	3	3	3	3	16
4	3	2	3	3	2	13
5	2	3	3	3	3	14
6	2	2	2	2	2	10
7	2	2	2	2	2	10
8	2	2	3	1	2	10
9	5	5	5	4	5	24
10	2	2	3	3	2	12
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	4	3	16
13	3	2	3	2	2	12
14	5	5	3	3	5	21
15	4	4	3	3	4	18
16	2	2	3	3	2	12
17	2	2	2	4	2	12

18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	3	4	4	19
20	2	2	2	3	2	11
21	2	2	3	2	2	11
22	4	4	3	3	4	18
23	3	3	3	3	3	15
24	2	3	3	3	3	14
25	3	2	2	2	2	11
26	2	2	3	2	2	11
27	3	4	4	4	4	19
28	5	3	5	5	3	21
29	2	2	5	5	2	16
30	5	4	5	5	4	23
31	2	2	4	2	2	12
32	2	1	3	5	1	12

33	5	5	4	4	5	23
34	2	1	4	3	1	11
35	2	2	3	3	2	12
36	3	3	3	3	3	15
37	2	2	3	3	2	12
38	2	4	2	4	4	16
39	3	2	2	4	2	13
40	2	1	3	3	1	10
41	2	5	2	1	5	15
42	2	2	3	3	2	12
43	2	1	3	4	1	11
44	2	3	3	2	3	13
45	2	2	2	4	2	12
46	1	2	2	2	2	9
47	3	2	3	1	2	11

48	2	5	3	5	5	20
49	5	5	5	4	5	24
50	3	2	2	5	2	14
51	5	4	4	4	4	21
52	3	2	3	2	2	12
53	5	4	4	5	3	21
54	3	3	3	4	2	15
55	4	3	3	3	4	17
56	3	2	3	3	2	13
57	2	3	3	3	2	13
58	2	2	2	2	1	9
59	2	2	2	2	3	11
60	2	2	3	1	4	12
61	5	5	5	4	2	21
62	2	2	3	3	1	11

63	4	4	4	4	2	18
64	3	3	3	4	2	15
65	3	2	3	2	5	15
66	5	5	3	3	1	17
67	4	4	3	3	2	16
68	2	2	3	3	5	15
69	2	2	2	4	5	15
70	3	3	3	3	1	13
71	4	4	3	4	1	16
72	2	2	2	3	2	11
73	2	2	3	2	1	10
74	4	4	3	3	2	16
75	3	3	3	3	5	17
76	2	3	3	3	1	12

77	3	2	2	2	1	10
78	2	2	3	2	2	11
79	5	4	4	4	5	22
80	3	3	3	3	3	15
81	4	3	3	3	4	17
82	3	2	2	3	3	13
83	2	3	3	3	2	13
84	2	2	2	2	2	10
85	2	2	2	2	2	10
86	2	2	2	3	2	11
87	5	5	5	5	5	25
88	2	2	2	3	2	11
89	4	4	4	4	4	20
90	3	3	3	3	3	15
91	3	2	2	3	3	13

92	5	5	5	3	5	23
93	4	4	4	3	4	19
94	2	2	2	3	2	11
95	2	2	2	2	2	10
96	3	3	3	3	3	15
97	4	4	4	3	4	19

RESPONDEN	PERILAKU KONSUMTIF (Y)					TOTAL.
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	4	4	5	4	5	22
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	4	17
4	2	3	3	2	3	13

5	3	3	2	3	2	13
6	2	2	2	2	2	10
7	2	2	2	2	2	10
8	2	3	2	2	2	11
9	5	5	5	5	5	25
10	2	3	2	2	2	11
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	3	3	15
13	2	3	3	2	3	13
14	5	3	5	5	5	23
15	4	3	4	4	4	19
16	2	3	2	2	2	11
17	2	2	2	2	2	10
18	3	3	3	3	3	15
19	4	3	4	4	4	19

20	2	2	2	2	2	10
21	2	3	2	2	2	11
22	4	3	4	4	4	19
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	2	3	2	13
25	2	2	3	2	3	12
26	2	3	2	2	2	11
27	4	4	3	4	3	18
28	3	5	5	3	5	21
29	2	5	2	2	2	13
30	4	5	5	4	5	23
31	2	4	2	2	2	12
32	1	3	2	1	2	9
33	5	4	5	5	5	24
34	1	4	2	1	2	10

35	2	3	2	2	2	11
36	3	3	3	3	3	15
37	2	3	2	2	2	11
38	4	2	2	4	2	14
39	2	2	3	2	3	12
40	1	3	2	1	2	9
41	5	2	2	5	2	16
42	2	3	2	2	2	11
43	1	3	2	1	2	9
44	3	3	2	3	2	13
45	2	2	2	2	2	10
46	2	2	1	2	1	8
47	2	3	3	2	3	13
48	5	3	2	5	2	17
49	5	5	5	5	5	25

50	2	2	3	2	3	12
51	4	4	5	4	5	22
52	2	3	3	2	3	13
53	3	3	3	3	3	15
54	2	3	3	2	3	13
55	4	3	4	4	4	19
56	2	4	2	2	2	12
57	2	4	2	2	2	12
58	1	2	2	1	2	8
59	3	3	3	3	3	15
60	4	4	3	4	3	18
61	2	3	2	2	2	11
62	1	3	3	1	3	11
63	2	3	2	2	2	11

64	2	3	3	2	3	13
65	5	3	5	5	5	23
66	1	3	3	1	3	11
67	2	4	2	2	2	12
68	5	2	1	5	1	14
69	5	5	5	5	5	25
70	1	3	1	1	1	7
71	1	1	3	1	3	9
72	2	3	2	2	2	11
73	1	4	3	1	3	12
74	2	4	3	2	3	14
75	5	4	5	5	5	24
76	1	3	3	1	3	11
77	1	3	3	3	3	13
78	2	2	3	3	3	13

79	5	4	4	4	5	22
80	3	3	3	3	3	15
81	4	3	3	3	4	17
82	3	2	2	3	3	13
83	2	3	3	3	2	13
84	2	2	2	2	2	10
85	2	2	2	2	2	10
86	2	2	2	3	2	11
87	5	5	5	5	5	25
88	2	2	2	3	2	11
89	4	4	4	4	4	20
90	3	3	3	3	3	15
91	3	2	2	3	3	13
92	5	5	5	3	5	23
93	4	4	4	3	4	19

94	2	2	2	3	2	11
95	2	2	2	2	2	10
96	3	3	3	3	3	15
97	4	4	4	3	4	19

Lampiran 3. Hasil uji

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68212553
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.139
	Negative	-.162
Test Statistic		.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000[c]
Exact Sig. (2-tailed)		.113
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Heterokedastisitas

Correlations

			TOTAL_X	Unstandardized Residual
Spearman's rho	TOTAL_X	Correlation Coefficient	1.000	.176
		Sig. (2-tailed)	.	.084
		N	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.176	1.000
		Sig. (2-tailed)	.084	.
		N	97	97

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	1.035		.602	.548
	TOTAL_X	.936	.068	.818	13.865	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

4. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.623	1.035		.602	.548
	TOTAL_X	.936	.068	.818	13.865	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

5. Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818[a]	.669	.666	2.69621

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Lampiran 4. Daftar Ttabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

Lampiran 5. Uji validitas dan reliabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X
X1.1	Pearson Correlation	1	.755**	.649**	.459**	.486**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.755**	1	.547**	.378**	.616**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.649**	.547**	1	.459**	.367**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.459**	.378**	.459**	1	.232*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.022	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.486**	.616**	.367**	.232*	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.022		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOTAL_X	Pearson Correlation	.867**	.866**	.752**	.631**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	5

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.419**	.643**	.942**	.669**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.2	Pearson Correlation	.419**	1	.598**	.336**	.575**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.3	Pearson Correlation	.643**	.598**	1	.606**	.979**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.4	Pearson Correlation	.942**	.336**	.606**	1	.610**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.5	Pearson Correlation	.669**	.575**	.979**	.610**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.891**	.661**	.901**	.851**	.905**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5