

SKRIPSI

**PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
PINJAMAN ONLINE SYARIAH PADA MASYARAKAT
KABUPATEN PIDIE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pidie)**



DISUSUN OLEH:

**MUHAMMAD FATHIR ACHSAN
NIM: 210603108**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025/1447H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad Fathir Achsan
NIM : 210603108
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 19 Agustus 2025

Yang Menyatakan



(Muhammad Fathir Achsan)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
PINJAMAN ONLINE SYARIAH PADA MASYARAKAT
KABUPATEN PIDIE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pidie)

Disusun Oleh:

Muhammad Fathir Achsan
NIM: 210603108

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II


Muhammad Arifin, Ph. D.
NIP. 197410152006041002


Muksal, S.E.I., M.E.I
NIP. 199009022020121008

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
PINJAMAN ONLINE SYARIAH PADA MASYARAKAT
KABUPATEN PIDIE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pidie)

Muhammad Fathir Achsan
NIM: 210603108

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Agustus 2025 M
25 Safar 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris


Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

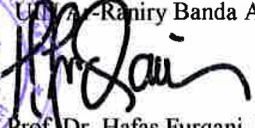

Muksal, S.E.I., M.E.I
NIP. 199009022020121008

Penguji I

Penguji II


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Fathir Achsan
NIM : 210603108
Fakultas/Program Studi : Perbankan Syariah
E-mail : Muhammadfathirachsan@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi (*Skripsi*)

yang berjudul (*Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Pinjaman Online Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Pidie*):

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :
Pada tanggal :

Penulis

Muhammad Fathir Achsan
NIM. 210603060

Mengetahui
Pembimbing I

Muhammad Arifin, Ph. D.
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II

Muksal, S.E., M.E.I
NIP. 199009022020121008

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Pinjaman Online Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pidie)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sekaligus Sekretaris dan Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Muhammad Arifin, Ph. D selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Muksal, S.E., M.E.I selaku dosen penasehat akademik dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini, serta yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Ucapan terima kasih yang paling dalam penulis sampaikan kepada Kedua orang tua tercinta. Ayahanda Ilyas Abdullah dan Ibunda Ummul Habibah, Yang telah membesarkan dan mendidik Penulis. Semangat dan doanya selalu menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis, yang dengan kasih sayangnya telah membentuk pribadi penulis hingga saat ini. Terima kasih atas doa, dukungan, dan cinta yang tidak pernah padam. Ya allah, mudahkanlah razeki kedua orang tuaku dan berikan mereka kesehatan, Ya Allah, jadikan ilmu ini bermanfaat, jadikan karya ini sebagai amal jariyah bagi kedua orang tuaku, dan kuatkan aku untuk terus berbakti hingga nafas terakhirku. Dan untuk adik Haifa tersayang atas segala dukungan moril, motivasi, dan

keteladanan yang telah menjadi sumber kekuatan dalam perjalanan akademik ini.

8. Kepada keluarga besar dari pihak ayah dan ibu, yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat yang tiada henti selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiran, perhatian, dan nasihat dari keluarga besar sangat berarti bagi penulis dalam menjalani setiap tahapan studi.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2021 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada teman-teman tersayang dan tercinta Hadratin Zahrah, serta Rinaldy Pratama, Abdushamad, Khairul Waritsin, Muhammad Haikal, Naufal Shidqi, Jumaika Zwana, Muhammad Haikal, Faris Atha, Azzam Al-Ulya, dan Muhammad Radhi yang selalu hadir di saat suka maupun duka, yang telah memberikan warna tersendiri dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 19 Agustus 2025
Penulis,

Muhammad Fathir Achsan

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هول : *haul*

3. **Maddah**

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
يَ / آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4. **Ta Marbutah (ة)**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَة : *Ṭalḥah*



ABSTRAK

Nama : Muhammad Fathir Achsan
NIM : 210603108
Fakultas/ : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Program Studi
Judul : Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online Syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie
Pembimbing 1 : Muhammad Arifin, Ph. D
Pembimbing 2 : Muksal, S.E., M.E.I

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, religiusitas, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie. Meningkatnya penggunaan layanan pinjaman online berbasis syariah di tengah kemajuan teknologi finansial, khususnya di kalangan generasi muda. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap kecenderungan perilaku konsumtif yang tidak produktif, terutama jika dipengaruhi oleh faktor-faktor pendukung seperti tingkat pendapatan, tingkat religiusitas, dan intensitas penggunaan media sosial. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden masyarakat Kabupaten Pidie yang telah menggunakan pinjaman online syariah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa pendapatan dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, karena nilai signifikansi masing-masing lebih besar dari 0,05. Artinya, besar kecilnya pendapatan dan tingkat religiusitas tidak menentukan tingkat konsumsi melalui pinjaman online syariah. Ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif masyarakat, terutama melalui konten promosi dan interaksi digital. Secara simultan, ketiga variabel independen, yaitu pendapatan, religiusitas, dan media sosial, memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah di Kabupaten Pidie. Artinya, kombinasi dari ketiga faktor ini secara bersama-sama dapat menjelaskan kecenderungan masyarakat dalam melakukan konsumsi melalui layanan keuangan berbasis syariah secara digital.

Kata Kunci: *Pendapatan, Religiusitas, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Pinjaman Online Syariah*



DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI...	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI....	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN..	ix
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Pembahasan.....	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	21
2.1.1 Pengertian TAM.....	21
2.2 Pinjaman Online Syariah	22
2.2.1 Pengertian Pinjaman Online Syariah	22
2.2.2 Landasan Hukum yang Mengatur Pinjaman Online Syariah.....	26
2.2 Pendapatan	31
2.2.1 Pengertian Pendapatan	31
2.2.2 Jenis-Jenis Pendapatan	32
2.2.3 Sumber Pendapatan.....	34
2.2.4 Indikator Pendapatan.....	34

2.3 Religiusitas	35
2.3.1 Pengertian Religiusitas	35
2.3.2 Faktor-Faktor Religiusitas	37
2.3.3 Indikator Religiusitas	39
2.4 Media Sosial	40
2.4.1 Pengertian Media Sosial	40
2.4.2 Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif	41
2.4.3 Faktor-faktor yang Memediasi Pengaruh Media Sosial	41
2.4.4 Dampak Jangka Panjang	41
2.4.5 Indikator Media Sosial	42
2.5 Perilaku Konsumtif	43
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	43
2.5.2 Faktor Perilaku Konsumtif	44
2.5.3 Indikator Perilaku Konsumtif	45
2.6 Pinjaman Online	46
2.6.1 Pengertian Pinjaman Online (<i>Fintech Lending</i>)	46
2.6.2 Kelebihan dan Kekurangan Pinjaman Online	47
2.6.3 Indikator Pinjaman Online Syariah	49
2.7 Penelitian Terdahulu	50
2.8 Kerangka Konseptual	54
2.8.1 Definisi Kerangka Pemikiran	54
2.8.2 Skema Kerangka Pemikiran	54
2.8.3 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian	57
3.1.1 Jenis Penelitian	57
3.1.2 Lokasi Penelitian	58
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	58
3.2.1 Populasi	58

3.3 Sampel.....	59
3.4 Sumber Data.....	61
3.4.1 Data Primer.....	61
3.4.2 Data Sekunder.....	62
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	62
3.6 Variabel Penelitian.....	63
3.7 Pengukuran Penelitian Skala.....	65
3.8 Metode dan Teknik Analisis.....	66
3.8.1 Uji Validitas.....	66
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	67
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.9.1 Uji Normalitas.....	67
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	68
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
3.10 Pengujian Hipotesis.....	70
3.10.1 Uji Parsial (Uji T).....	70
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	71
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	73
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.1.1 Profil Masyarakat Kabupaten Pidie.....	73
4.2 Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian .	74
4.2.1 Deskripsi karakteristik Responden Penelitian	74
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	77
4.2.6 Deskripsi Tanggapan Responden Penelitian	77

4.3 Hasil Analisis Kualitas Instrumen	83
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	83
4.3.2 Hasil Uji Realibilitas	84
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	85
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	85
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear.....	90
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.6.1 Hasil Uji Secara Parsial.....	92
4.6.2 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	93
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	96
4.7.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Pinjaman Online Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Pidie.	96
4.7.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Pinjaman Online Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Pidie.	96
4.7.3 Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Pinjaman Online Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Pidie.	97
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Pinjaman Online Per Tahun (2020-2024).....	3
Gambar 1.2 Jumlah Platform Pinjaman Online Berizin di Indonesia (2018-2025)	4
Gambar 1.3 Perkembangan Pengguna Pinjaman Online Syariah di Aceh (2020-2024).....	7
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (<i>Histogram</i>)	86
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	87
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedstisitas (Scatterplot)	89

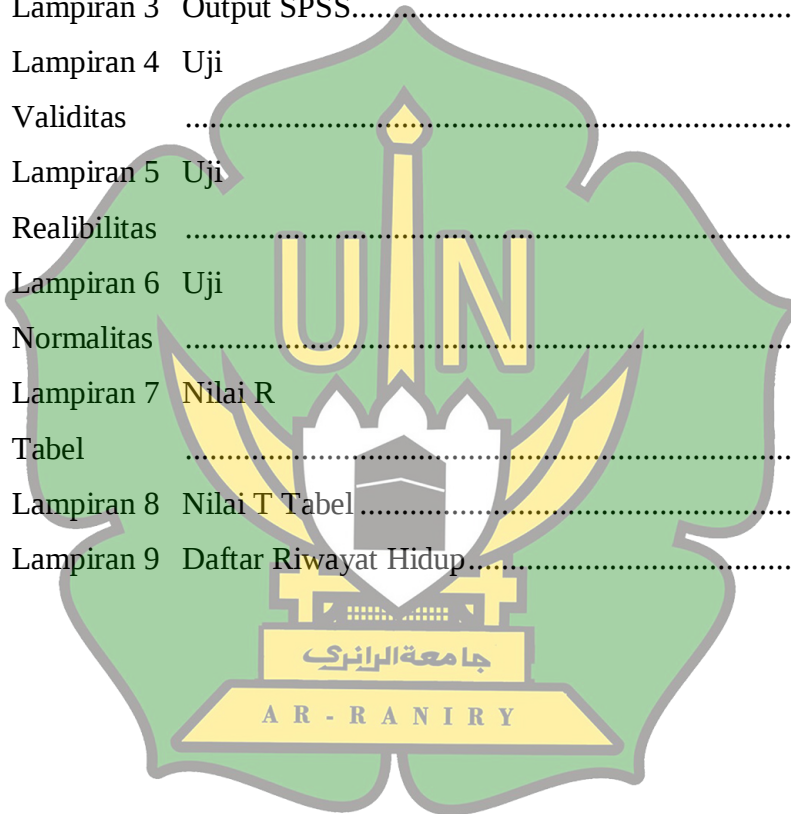


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1	Opsioanalisis Variabel.....	64
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penelitian.....	75
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan.....	78
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Religiusitas	79
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Media Sosial.....	80
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Perilaku Konsumtif.....	81
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.7	Hasil Reliabilitas.....	84
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	90
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	94
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	113
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden.....	118
Lampiran 3	Output SPSS.....	133
Lampiran 4	Uji	
Validitas		141
Lampiran 5	Uji	
Realibilitas		144
Lampiran 6	Uji	
Normalitas		146
Lampiran 7	Nilai R	
Tabel		148
Lampiran 8	Nilai T Tabel.....	150
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup.....	154





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

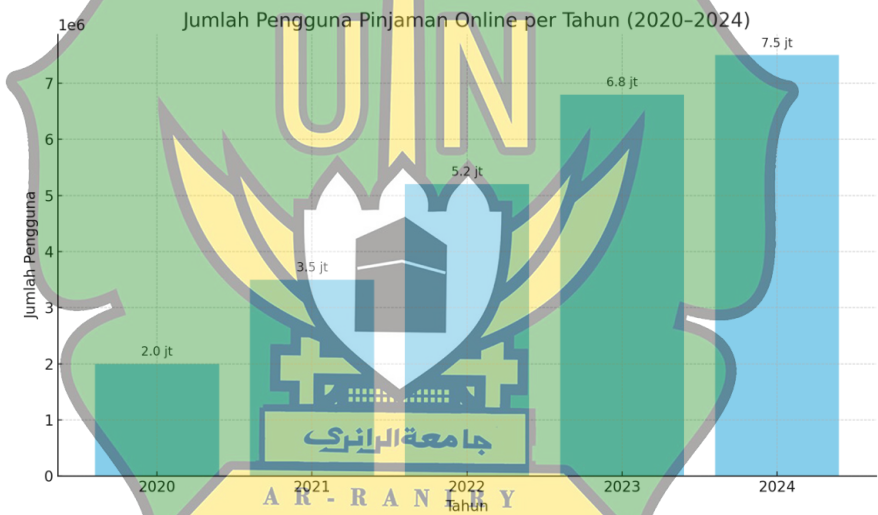
Pada era digital ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan peningkatan yang lebih signifikan dalam mengakses berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Salah satu ide baru yaitu pinjaman online mulai menjadi hal yang semakin populer di sektor keuangan. Salah satu ide baru pinjaman online mulai menjadi hal yang semakin populer di sektor keuangan yang berkembang pesat. Kemajuan teknologi di suatu negara memberikan keunggulan dengan menyediakan kemudahan yang unik yaitu menggunakan teknologi keuangan (*FinTech*). Layanan pinjaman online yang disediakan oleh perusahaan *FinTech*. Akses ke dana yang lebih cepat dan mudah tanpa banyak persyaratan untuk membuatnya sangat diminati oleh orang-orang. Mahasiswa seringkali mengalami keterbatasan finansial dan cenderung memilih suatu hal yang praktis. Platform pinjaman dapat membantu mereka. Online adalah solusi praktis bagi mahasiswa yang membutuhkan dana dengan cepat, baik untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan dalam dunia akademik. Dalam beberapa tahun belakangan ini, jumlah pengguna pinjaman online terus meningkat, termasuk di antaranya adalah mahasiswa. Segmen pasar yang penting dalam penggunaan layanan ini (Putri & Priono, 2024).

Pinjaman online memberikan kemudahan, dampak penggunaannya terhadap gaya hidup dan perilaku konsumtif

mahasiswa patut mendapatkan perhatian. Banyak mahasiswa yang menggunakan pinjaman online bukan hanya untuk kebutuhan mendesak seperti biaya kuliah atau pembelian buku, tetapi juga untuk tujuan konsumtif yang tidak produktif, seperti membeli barang-barang elektronik, fashion, atau memenuhi gaya hidup social yang berlebihan. 4 akibatnya, mahasiswa dapat terjebak dalam lingkaran utang yang sulit diatasi, yang pada gilirannya dapat menurunkan kualitas keuangan mereka dalam jangka panjang. Di era digital ini, kemajuan teknologi telah membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran dan produk layanan keuangan. Munculnya berbagai sistem pembayaran baru telah memfasilitasi masyarakat dalam berbelanja. Saat ini, tidak hanya bergantung pada kartu kredit perbankan, meskipun kartu kredit masih tetap ada, namun dengan hadirnya teknologi keuangan yang semakin meluas, banyak alternatif pembayaran yang tersedia (Natalina & Mutafarida 2023). Apalagi ditambah dengan hadirnya *financial technology* yang saat ini marak di kehidupan sekitar.

Financial technology merupakan perpaduan antara layanan keuangan dan technology yang mengubah pola bisnis dari yang semula bersifat konvensional menjadi lebih modern. Dimana sebelumnya transaksi keuangan memerlukan pertemuan langsung dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat dilakukan secara jarak jauh dengan proses pembayaran yang cepat, bahkan dalam hitungan menit bahkan detik (Purwanto et al, 2022).

Fintech saat ini menjadi semakin populer berkat hadirnya fitur-fitur seperti Paylater, yang memungkinkan masyarakat untuk membeli barang atau jasa dengan membayar nanti dalam bentuk cicilan, tanpa perlu menggunakan kartu kredit (Permana et al, 2022). Selain itu, layanan pinjaman online (*pinjol*) juga menjadi salah satu pilihan yang diminati, memungkinkan individu untuk mendapatkan pinjaman dengan proses yang cepat dan mudah, tanpa perlu melalui prosedur yang rumit seperti pada lembaga keuangan konvensional.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna pinjaman online per tahun (2020-2024)

Sumber: Laporan Katadata (2021–2024)

Grafik batang di atas menunjukkan tren pertumbuhan jumlah konsumen pengguna pinjaman online di Indonesia selama periode 2020 hingga 2024. Data tersebut menggambarkan peningkatan yang konsisten setiap tahunnya. Tahun 2020: Tercatat sekitar 2 juta pengguna. Ini bisa jadi merupakan periode awal adopsi besar-

besaran, dipengaruhi oleh kebutuhan mendesak akibat pandemi COVID-19. Tahun 2021: Pengguna meningkat drastis menjadi 3,5 juta, menunjukkan pertumbuhan sebesar 75% dari tahun sebelumnya. Tahun 2022: Jumlah pengguna kembali naik signifikan menjadi 5,2 juta. Tahun 2023: Pertumbuhan berlanjut dengan jumlah mencapai 6,8 juta. Tahun 2024: Pengguna mencapai 7,5 juta, meskipun laju pertumbuhan mulai melambat, ini menunjukkan pasar mulai mendekati titik jenuh atau lebih selektif. Jumlah Platform Pinjaman Online Berizin di Indonesia (2018-2025)



Gambar 1.2 Jumlah Platform Pinjaman Online Berizin di Indonesia (2018-2025)

Sumber: OJK, Statistik dan Direktori Penyelenggara Fintech (2025)

Jumlah platform fintech lending berizin meningkat pesat dari 2018 ke 2019. Setelah puncak di 2019, jumlah platform menurun dan stabil di kisaran 90-100 perusahaan dari 2021 hingga awal

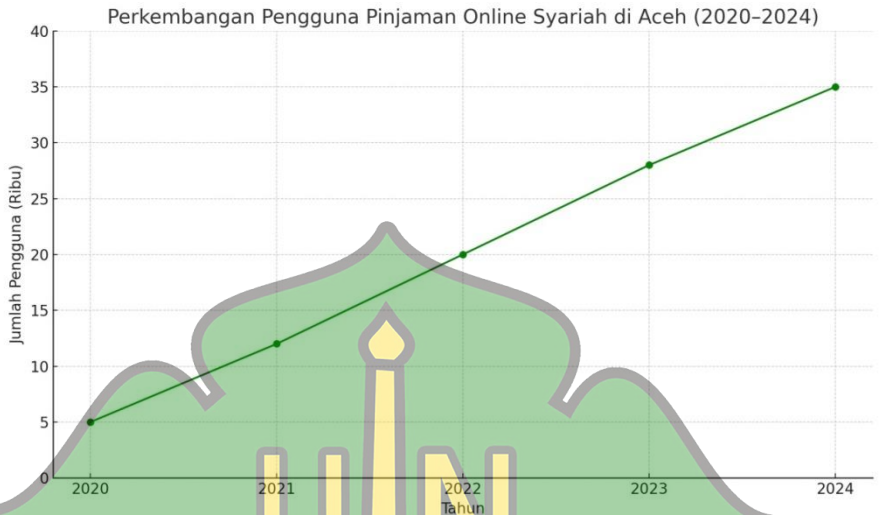
2025. Fluktuasi ini mencerminkan proses regulasi dan seleksi dari OJK untuk menjaga kualitas penyelenggara fintech lending.

Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 Pinjaman *Online* syariah adalah penyelenggara layanan jasa keuangan berdasarkan prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 117/DSN-MUI/IX/2018 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah sudah dijelaskan bahwa seseorang yang memberikan hutang tidak boleh mengambil manfaat atas yang dihutangi. Penyelenggara pada pinjaman online wajib mengajukan pendaftaran dan perizinan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal Pasal 7 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Dengan demikian penyelenggara yang tidak mengantongi izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pinjaman *online* syariah telah diatur dan ditentukan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia melalui Fatwa DSN MUI No. 117/DSN-MUI/IX/2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah menjelaskan mengenai ketentuan terkait pedoman umum layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip

syariah. Penyelenggara layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah, yaitu antara lain terhindar dari riba, gharar, maisir, tadlis, dharar, zhulm, dan haram. Akad yang digunakan oleh para pihak dalam penyelenggaraan layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi dapat berupa akad-akad yang selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan antara lain akad al-bai, ijarah, mudharabah, musarakah, wakalah bil ujroh dan qardh. Penggunaan tandatangan elektronik dalam sertifikat elektronik yang dilaksanakan oleh penyelenggara wajib dilaksanakan dengan syarat terjamin validitas dan autentikasinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Arief & Marlina 2024)

Penggunaan pinjaman online di Indonesia semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses dan perkembangan teknologi keuangan digital. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, terdapat beberapa alasan utama yang mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menggunakan layanan pinjaman online.



Gambar 1.3 Perkembangan Pengguna Pinjaman Online Syariah di Aceh (2020-2024)
Sumber : OJK 2024 (data diolah)

Pertama, faktor kemudahan dan kecepatan proses menjadi alasan dominan. Pinjaman online memberikan solusi keuangan yang cepat dan mudah, terutama bagi individu yang memiliki akses terbatas ke lembaga keuangan konvensional. Proses pengajuan pinjaman yang sederhana, hanya memerlukan KTP tanpa agunan, serta pencairan dana yang cepat membuat layanan ini sangat diminati, terutama oleh mahasiswa dan generasi muda yang cenderung membutuhkan dana dalam waktu singkat untuk kebutuhan mendesak maupun konsumtif (Sari, 2018)

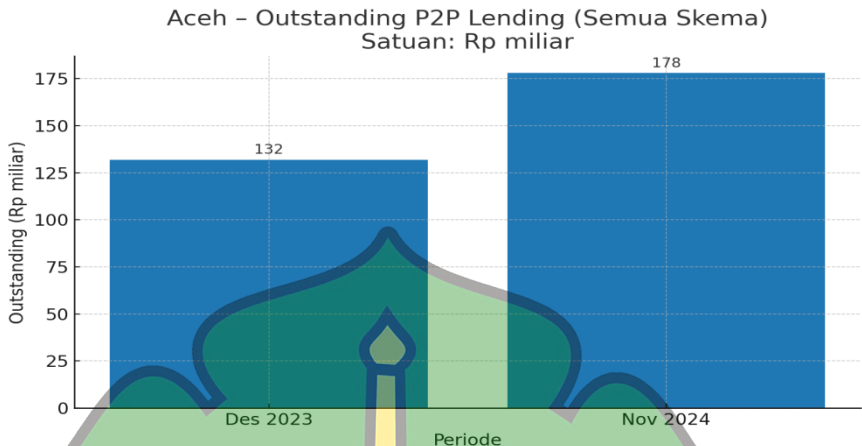
Kedua, faktor ekonomi juga berperan penting. Ketika kondisi ekonomi memburuk dan kebutuhan hidup meningkat, masyarakat cenderung mencari jalan pintas untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui pinjaman online. Menurunnya pertumbuhan ekonomi dan

tingginya biaya hidup mendorong masyarakat untuk memanfaatkan pinjol sebagai solusi cepat atas kendala keuangan (Safira, 2022)

Ketiga, faktor sosial dan psikologis turut memengaruhi keputusan menggunakan pinjol, lingkungan keluarga, teman, dan kelompok sosial dapat memengaruhi individu untuk menggunakan pinjaman online. Selain itu, motivasi, persepsi, dan sikap individu terhadap kemudahan dan manfaat pinjol juga menjadi faktor pendorong utama (Suarni, 2014) dalam (Saputra, 2023)

Keempat, kemudahan akses dan fleksibilitas layanan. Generasi Z tertarik menggunakan pinjol karena kemudahan akses, persyaratan yang ringan, dan fleksibilitas dalam jumlah serta tenor pinjaman. Pinjol dianggap sebagai “*kartu kredit*” bagi generasi muda yang belum memiliki penghasilan tetap atau slip gaji (Saputra, 2023)

Terakhir, perilaku konsumtif juga menjadi tujuan utama penggunaan pinjol. Kemudahan yang ditawarkan pinjol mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, di mana dana pinjaman seringkali digunakan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan belanja daring (Sihombing & Suryanto 2019).



Sumber: OJK 2024

1) Ringkasan perubahan

- a. Outstanding pinjaman P2P (gabungan semua skema) di Aceh naik dari Rp132 miliar (Des 2023) menjadi Rp178 miliar (Nov 2024).
- b. Kenaikan absolut: Rp46 miliar.
- c. Kenaikan relatif: $\approx 34,85\%$.
- d. Rata-rata kenaikan $\approx$ Rp4,18 miliar per bulan selama 11 bulan.
- e. Laju pertumbuhan majemuk bulanan (CAGR bulanan): $\approx 2,76\%$ /bulan.

2) Cara membaca angka “outstanding”

- a. *Outstanding* = sisa pokok pinjaman yang masih berjalan/tercatat pada suatu tanggal.
- b. Kenaikan outstanding bisa terjadi karena:
 1. Jumlah pengguna/borrower bertambah
 2. Plafon pinjaman per pengguna meningkat

3. Tenor lebih panjang sehingga pinjaman belum lunas (jadi outstanding tetap tinggi).

3) Implikasi

- a. Tren naik menunjukkan pemanfaatan layanan pinjaman daring di Aceh makin luas/aktif.
- b. Bila fokusnya adalah ekosistem syariah, tren ini berpotensi mencerminkan minat terhadap skema syariah juga tetapi grafik saat ini belum memisahkan syariah vs konvensional, jadi interpretasinya masih indikator umum.

4) Catatan & batasan

- a. Data pada grafik adalah total P2P (semua skema) untuk Aceh, bukan khusus syariah.
- b. Titik data hanya dua periode (Des 2023 & Nov 2024), sehingga tren yang terlihat bersifat ringkas—tidak menangkap fluktuasi bulanan.

5) Saran tindak lanjut (agar khusus syariah Aceh)

- a. Tambahkan variabel: jumlah pengguna syariah, outstanding syariah, serta penyaluran bulanan syariah per provinsi.
- b. Lampirkan juga metrik risiko (mis. TWP90/tingkat wanprestasi) untuk syariah di Aceh agar analisisnya lebih utuh.
- c. Jika kamu punya dataset syariah-only untuk Aceh, kirimkan—nanti akan saya pecah & buat grafik khusus syariah (pengguna dan total dana) beserta analisisnya.

Profesi atau latar belakang pengguna pinjaman online (*pinjol*) yang dominan adalah penduduk usia produktif yang aktif

menggunakan internet, termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta mahasiswa.

Kartika et al (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengguna fintech peer-to-peer lending didominasi oleh penduduk usia produktif antara 19 sampai 34 tahun sebesar 70,56%, yang umumnya adalah pengguna internet aktif dan termasuk pelaku UMKM yang belum mendapatkan fasilitas kredit perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi sasaran utama pinjaman online sebagai alternatif pembiayaan

Selain itu, berdasarkan wawancara dan studi kualitatif, pengguna pinjaman online juga banyak berasal dari kalangan mahasiswa yang menggunakan pinjol untuk berbagai kebutuhan seperti biaya pendidikan, modal usaha kecil, dan gaya hidup konsumtif (Sari, 2018; sumber wawancara di). Mahasiswa ini meskipun belum berprofesi tetap, menjadi salah satu kelompok pengguna signifikan karena kemudahan akses dan proses yang cepat.

Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa generasi Milenial dan Gen Z yang berusia 19-34 tahun merupakan kelompok terbesar pengguna pinjol, termasuk mereka yang berprofesi sebagai pekerja informal dan pelaku usaha kecil (OJK, 2023).

Banyaknya kebutuhan manusia dalam kehidupannya sehari-hari, manusia tidak bisa lepas dalam melakukan kegiatan mengonsumsi. Kegiatan mengonsumsi ini dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Perilaku

konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja. Dimana, remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup (*life style*) (Mujahidah, 2022). (Lestari 2018) menyatakan bahwa individu selalu mencari kepuasan dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya. Perilaku konsumtif ini dipengaruhi juga oleh beberapa hal seperti pendapatan.

Dalam penelitian Marwiyah et al (2023) pendapatan diartikan sebagai uang yang diterima oleh individu, bisnis dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, biaya dan keuntungan. Pendapatan merupakan komponen penting dalam suatu perekonomian yang mempunyai peran guna meningkatkan taraf hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa, ini menentukan besarnya pendapatan tergantung kepada jenis pekerjaan setiap individu (Hanum, 2017) mendefinisikan pendapatan adalah tanda terima untuk setiap individu atau kelompok dari hasil sumbangan mereka baik dari segi tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga memperoleh imbalan.

Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap tingkat belanja online. Seperti yang dikatakan (Nurjanah et al., 2021) Individu dengan pendapatan yang lebih tinggi mungkin memiliki lebih

banyak pilihan untuk belanja yang dihabiskan pada barang dan jasa, termasuk yang dibeli melalui internet. Ini memungkinkan mereka untuk melakukan belanja online dengan lebih bebas dan mungkin lebih cenderung untuk membeli barang-barang yang lebih mahal. Individu yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi juga cenderung lebih percaya diri dalam melakukan transaksi online dan lebih mampu mengelola risiko yang mungkin timbul dari belanja online. Sebaliknya, orang dengan pendapatan yang lebih rendah mungkin bisa lebih konservatif dalam mengelola belanja mereka dan mungkin hanya dapat membeli barang-barang yang diperlukan.

Religiusitas juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Seperti yang dikatakan oleh (Yunus 2024) dalam penelitiannya Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama.

Religiuitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam. Religius merupakan suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Yang meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku (*moralitas agama*), dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam religiusitas dari

garis besarnya tercermin dalam pengamalan aqidah, syariah, dan akhlak, atau dalam ungkapan lain: Iman, Islam, dan Ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka disebut sebagai insan beragama yang sesungguhnya. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi dalam diri seseorang dan tercermin melalui sikap dan perilakunya sehari-hari (Yunus 2024).

Media sosial merupakan alat komunikasi sederhana bagi orang untuk tetap berhubungan dengan teman dan kerabat (Pradeep & Nair, 2018). Media sosial menyediakan ruang virtual bagi orang untuk berkomunikasi melalui internet, yang juga mungkin menjadi agen penting sosialisasi konsumen. Media sosial telah menciptakan lanskap baru dalam mendukung sosialisasi informasi (Khatib, 2016) dalam (Mustomi & Puspasari, 2020)

Konsumen di dunia saat ini semakin bergantung pada internet untuk mendapatkan informasi tentang makanan untuk membandingkan berbagai alternatif pembelian dan memaksimalkan pengetahuan mereka sebelum membuat keputusan penting tentang pembelian makanan (Fathelrahman & Basarir, 2018). Pengguna media sosial juga dianggap sebagai pembeli potensial, sehingga industri makanan sudah mulai memasarkan makanan secara online (Fathelrahman & Basarir, 2018).

Pemasaran media sosial bukan lagi aspek baru, tetapi masih dianggap sebagai topik yang berkembang di lapangan. Media sosial

seperti *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube* adalah alat dinamis yang memfasilitasi hubungan online (Voramontri & Klieb, 2019). Meningkatkan hubungan pelanggan dengan mentransfer informasi baru ke pelanggan tentang acara khusus dan layanan baru menjadi ciri khas pemasaran lewat media sosial (Mustomi & Puspasari, 2020)

Rasanya hampir semua masyarakat memiliki akun media sosial, meski Cuma satu akun media sosial. Media sosial bukan lagi tentang gaya hidup akan tetapi sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Ada sejumlah media sosial yang memfasilitasi kegiatan ini, seperti *Wikipedia*, *Facebook*, *YouTube* dan *Twitter*. Individu menerapkan berbagai alat media sosial, seperti forum online dan komunitas untuk berinteraksi dengan pengguna lain secara online (Hajli, 2013) dalam (Mustomi & Puspasari, 2020)

Teknologi dapat mendekatkan posisi di antara orang-orang jauh lebih cepat daripada edisi sebelum ada teknologi digital (Delafrouz et al., 2017). Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa (Empati et al., 2018).

Media sosial mengubah dunia kita. Melalui munculnya smartphone dan media sosial, aksesibilitas informasi lebih tinggi dari yang pernah ada sebelumnya. Pelanggan sering diminta untuk "suka" perusahaan di Facebook, untuk "mengikuti" perusahaan di Twitter, atau untuk "terhubung" via LinkedIn. Akibatnya, pelanggan menjadi lebih terhubung kepada perusahaan, lebih banyak

pengetahuan tentang pilihan produk, (Agnihotri, Dingus, Hu, & Krush, 2016).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, untuk memahami sejauh mana pengaruh konsumtif pinjaman online dalam masyarakat. Oleh karena itu, dengan alasan yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh pendapatan, religiusitas, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat kabupaten pidie (Studi kasus pada masyarakat kabupaten Pidie).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas didapat rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan, religiusitas, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie?
2. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie?
4. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah untuk melakukan:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, religiusitas, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna pinjaman online syariah pada masyarakat Kabupaten Pidie.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis bagi kalangan akademis, dan praktis. Adapun beberapa manfaat penelitian yang diharapkan tersebut sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan manfaat secara teoritis, sehingga dapat berguna

sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan dan membantu dalam menyumbangkan gagasan dan ilmu pengetahuan bagi pengembangan penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis Sebagai alat memperdalam ilmu pengetahuan tentang religiusitas, modernisasi dan
- b. Bagi Masyarakat Kabupaten Pidie sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor dari pinjaman online syariah bagi kehidupan mereka.
- c. Peneliti Selanjutnya Dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan menambah referensi untuk penelitian berikutnya yang lebih sempurna dan lebih mengerucut lagi.

Adanya penelitian ini dapat menjadikan tolak ukur penelitian selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan sumbangan pemikiran terhadap individu untuk lebih memperhatikan keputusan untuk menggunakan pinjaman online.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini disajikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini disajikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan fakta atau kasus yang sedang dibahas. Disamping itu juga dapat disajikan mengenai berbagai asas atau pendapat yang berhubungan dan benar-benar bermanfaat sebagai bahan untuk melakukan analisis terhadap fakta atau kasus yang sedang diteliti pada Bab IV.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan secara sederhana langkah- langkah penelitian yang dilakukan. Dalam Bab ini diketengahkan antara lain metode pendekatan masalah, jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam Bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teori atau kerangka analisis yang dituangkan dalam Bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teori yang telah dikemukakan terdahulu.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.