

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN MANFAAT *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN
AR-RANIRY)**



Disusun Oleh:

**ZAFIR FAKHRIZAL
NIM. 160603049**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1444**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Zafir Fakhrizal

NIM : 160603049

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan 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,

yang menyatakan,



Zafir Fakhrizal

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry)

Disusun Oleh:

Zafir Fakhrizal
NIM.160603049

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,


Farid Fathony Ashal, Lc. MA
NIP.198604272014031002

Pembimbing II,


Ana Fitria, SE., M.Sc
NIP.199009052019032019

A R - R A N I R Y

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry)

Zafir Fakhrizal
NIM. 160603049

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 :

Senin, 05 Desember 2022
11 Jumadil Awal 1444 H

Banda Aceh,
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

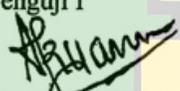
Sekretaris

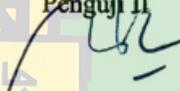

Inayatillah, MA., Ek
NIP. 198208042014032002


Ana Fitriah, SE., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Penguji I

Penguji II


Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.d
NIDN. 1313036901


Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui,

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




Hafs Furgani, 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 : Zafir Fakhrizal

NIM : 160603049

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 160603049@student.ar-raniry.ac.id

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 KKKU Skripsi

Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry).

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 : Banda Aceh

Pada tanggal :

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Zafir Fakhrizal

NIM. 160603049

Farid Fathony Ashal, Lc. MA

NIP. 198604272014031002

Ana Fitria, SE., M.Sc

NIP.199009052019032019

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Don’t be insecure”

(Zafir Fakhrizal)

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Kepada keluarga tersayang Alm. Ayah tercinta dan Ibunda yang sangat saya hormati.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil'alamin,

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan limpahan nikmat dan rahmat yang tidak mampu dihitung oleh hamba-Nya. Semoga dengan rahmat-Nya kita selalu dalam lindungan Allah, serta menambah rasa syukur dan taqwa dihadapan-Nya. Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau. Syukur Alhamdulillah atas izin Allah yang Maha Segala-Nya dan berkah rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry).**

Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan, doa, dukungan, usaha, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, tanpa itu semua penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan skripsi

ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga terutama kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Inayatillah, M.A.,Ek selaku sekretaris selaku ketua siding.
3. Hafizh Maulana, SP., S.Hi., ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Farid Fathony Ashal, Lc. MA selaku pembimbing I dan Ana Fitria, SE., M.Sc selaku pembimbing II sekaligus pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini. Kemudian kepada para dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
5. Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D selaku penguji 1 dan Akmal Riza, S.E., M.Si. selaku penguji 2 yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah

memberikan masukan, dukungan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Seluruh mahasiswa perbankan syariah yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, tanpa kalian skripsi ini tidak akan selesai.
8. Teristimewa, Alm. Ayah Syahbuddin, S.Pd dan Ibunda Kurniati, Amd.Keb berkat doa, restu dan dukungan penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Serta kepada abang dan adik saya yang selalu menghibur selama proses pembuatan skripsi ini, berkat do'a restu dan dukungan mereka penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini
9. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah Leting 2016 yang membantu memberikan informasi dan motivasi kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan.

Aamiin Ya Rabbal 'Alamin. جامعة الزعيم

A R - R A N I Banda Aceh, 05 Desember 2022

Penulis,

Zafir Fakhrizal

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/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	Ḥ	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	ع	’
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
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

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
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	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/ rauḍatul atfāl*

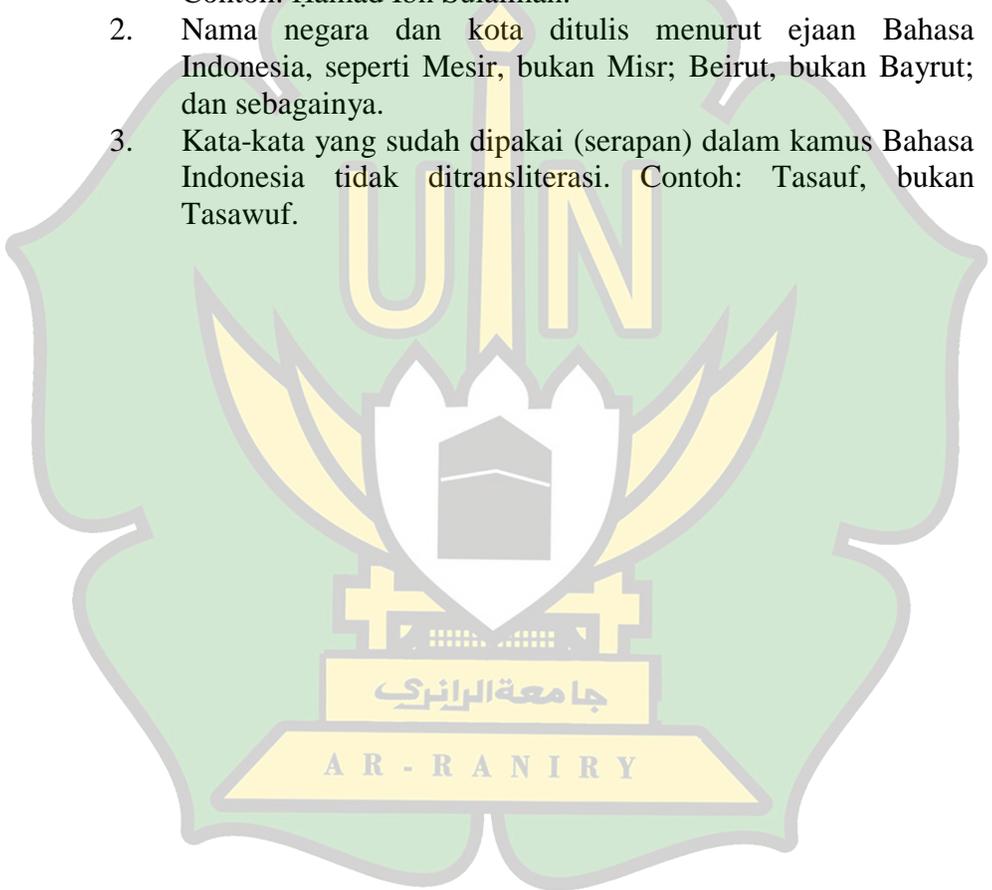
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Zafir Fakhrizal
NIM : 160603049
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan dan Manfaat
Financial Technology Terhadap Perilaku
Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa
Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry)
Tebal Skripsi : 141 Halaman
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, Lc., MA
Pembimbing II : Ana Fitria, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (studi pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry) Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa perbankan syariah di berbagai angkatan. Data dianalisis menggunakan model regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, manfaat *financial technology* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, secara bersama-sama kemudahan dan manfaat *financial technology* dapat berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Kemudahan, Manfaat, dan Perilaku Konsumtif

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ...	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ..	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 <i>Financial Technology</i>	13
2.1.1 Jenis-Jenis <i>Financial Technology</i>	14
2.1.2 Sejarah Perkembangan <i>Financial Technology</i>	16
2.1.3 Keunggulan dan Kelemahan <i>Financial</i> <i>Technology</i>	18
2.2.1 Jenis Transaksi dalam Uang Elektronik	21
2.2.2 Manfaat Uang Elektronik	21

2.2.3 Tinjauan Prinsip Syariah Terhadap Uang Elektronik	22
2.3 Persepsi Kemudahan	25
2.3.1 Pengetian Kemudahan	25
2.3.2 Indikator Kemudahan	26
2.4 Manfaat	27
2.4.1 Pengertian Manfaat.....	27
2.4.2 Indikator Manfaat.....	28
2.5 Perilaku Konsumtif	30
2.5.2 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	31
2.5.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	33
2.5.4 Indikator Perilaku Konsumtif	35
2.6 Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Berpikir.....	47
2.8.1 Pengaruh Kemudahan <i>Financial Technology</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	48
2.8.2 Pengaruh Manfaat <i>Financial Technology</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	50
2.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Manfaat <i>Financial Technology</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	51
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian	54
3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.1 Data Angka	55
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	55
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.3.1 Populasi	56
3.3.2 Sampel	57
3.4 Definisi Operasi Variabel Penelitian.....	58
3.4.1 Variabel dependen (Y).....	58
3.4.2 Variabel Ketergantungan (X)	59
3.4.3 Operasional Variabel	59

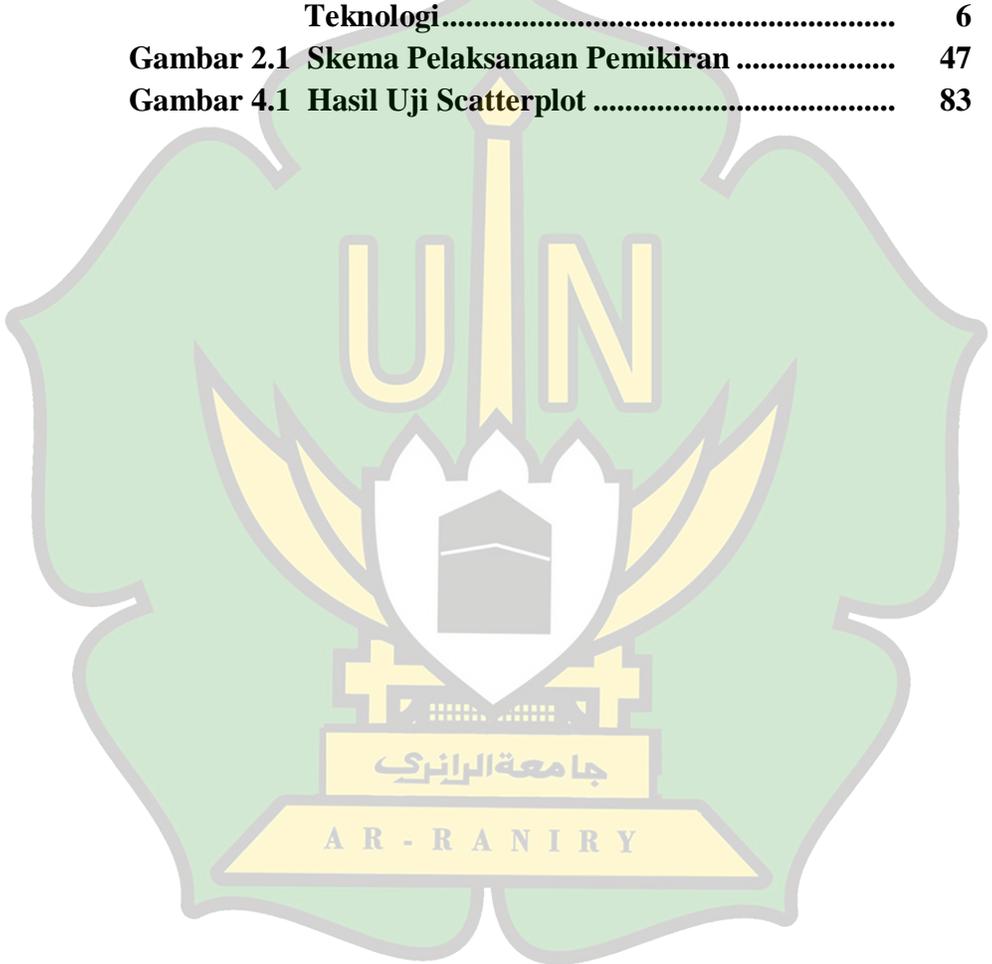
3.5 Uji Kuesioner Penelitian	60
3.5.1 Uji Validitas.....	60
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.6.1 Uji Normalitas	62
3.6.2 Uji Multikolonieritas	62
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	63
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.8 Pengujian Hipotesis.....	64
3.8.1 Uji Parsial (Uji t)	64
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	65
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN...	67
4.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah	68
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	69
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan Sumber Pendapatan.....	71
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Uang Elektronik yang Sering Digunakan.....	72
4.2 Deskriptif Tanggapan Responden.....	74
4.2.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan	74
4.2.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat	75
4.2.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif	76
4.3 Hasil Pengujian Kuesioner.....	77

4.3.1 Hasil Uji Validitas	77
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	80
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	81
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	82
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.6 Pengujian Hipotesis.....	86
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	86
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	87
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi.....	88
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.7.1 Variabel Kemudahan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif.....	90
4.7.2 Variabel Manfaat Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif.....	92
4.7.3 Variabel Kemudahan dan Manfaat Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif.....	95
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	110

A R - R A N I R Y

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Finansial Teknologi	5
Gambar 1.2 Jumlah dan Nilai Transaksi Finansial Teknologi.....	6
Gambar 2.1 Skema Pelaksanaan Pemikiran	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot	83

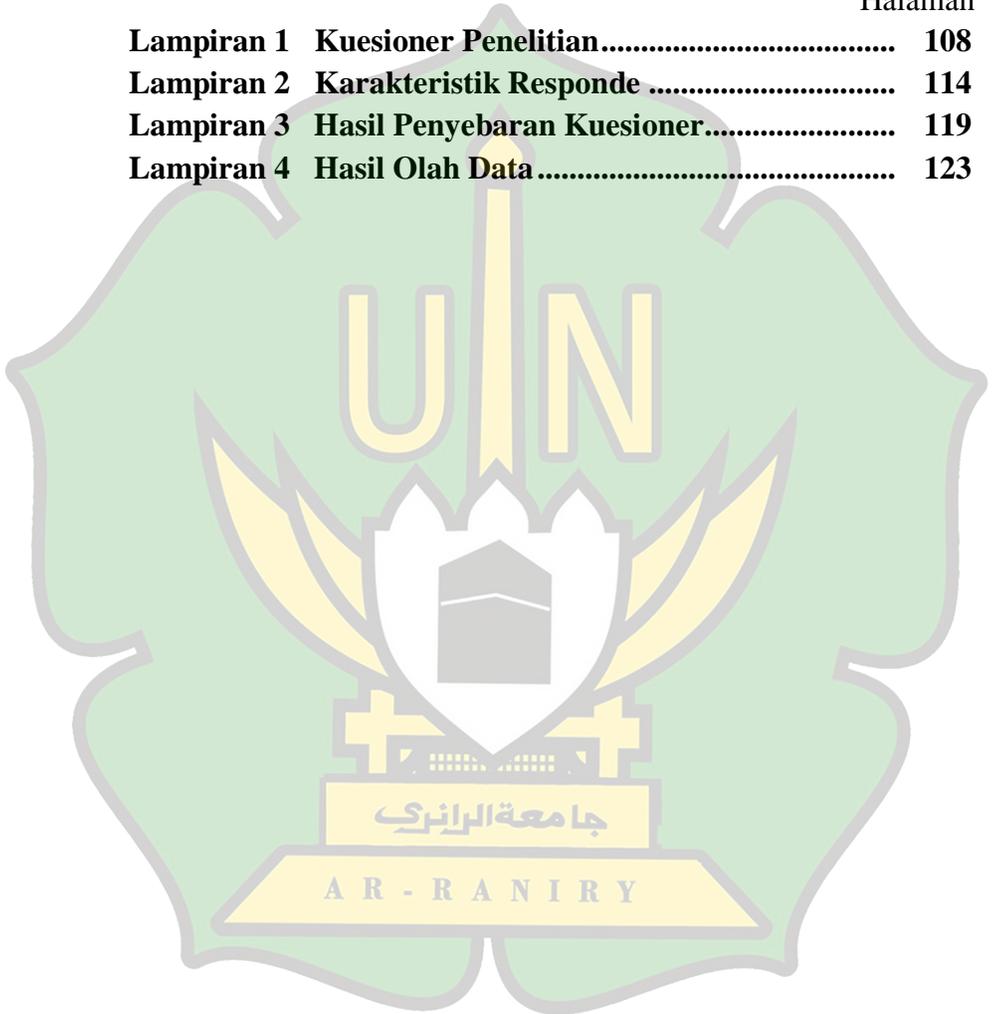


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Instrumen Skala Pengukuran	55
Tabel 3.2 Variabel Operasional	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan dan Sumber Pendapatan	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Uang Elektronik yang Sering Digunakan	72
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kemudahan.....	73
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Manfaat	75
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat.....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif.....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.13 Grafik Probability P-Plot	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedatisitas	83
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial.....	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinas	88

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 Karakteristik Responde	114
Lampiran 3 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	119
Lampiran 4 Hasil Olah Data	123



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Layanan keuangan telah berevolusi menjadi layanan digital yang memudahkan konsumen untuk mengakses produk dan layanan, seperti aplikasi Dana, Go Pay, dan OVO yang menawarkan pembayaran digital serta penyimpanan uang. Perkembangan inovasi teknologi mengarah pada peningkatan efisiensi masyarakat dan modernisasi manusia Haqiqi, dkk (2020). Menurut Hiyanti, dkk (2019) *Financial Technology (Fintech)* adalah inovasi dalam layanan keuangan tanpa uang tunai.

Financial Technology (Fintech) telah menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif belanja masyarakat dan keinginan untuk bertransaksi yang berdampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dengan jual beli barang. Selain itu, fintech juga mengakibatkan terbentuknya pola hidup yang berlebihan dan boros. Perilaku konsumtif adalah orang yang secara teratur menggunakan dan mengkonsumsi tanpa memproduksi atau mencipta sehingga selalu bergantung pada kegiatan produksi orang lain. Istilah perilaku konsumtif menggambarkan perilaku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membeli produk yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya (Lutfiah & Muhammad, 2022).

Perkembangan *fintech* menyebabkan meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat, meskipun keinginan berbelanja dapat

meningkatkan perekonomian masyarakat akibat transaksi jual-beli tetapi juga dapat membentuk pola hidup yang berlebihan dan boros. Hasil studi yang dilakukan oleh firma *independen Proventik* pada 2015-2016 menyebutkan generasi Milenial cenderung lebih boros. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran mereka dengan cara yang berhubungan dengan minat dan kemampuan mereka sehari-hari (Sari & Dewi, 2018).

Salah satu penyebab adanya perilaku konsumtif seperti maraknya pengguna internet yang salah satunya yaitu media sosial. Penggunaan Internet setiap hari mendorong generasi milenial untuk menemukan sesuatu dengan cepat dan mudah. Menurut Asosiasi Pengguna Internet APJI (2020) di Indonesia, pada tahun 2019, pengguna Internet di Indonesia berada pada kelompok usia 18-25 tahun dan 196,71 orang atau 11,50% dari total pengguna Internet. Sebuah survei yang dilakukan oleh Alwara Research Institute di Sadew dan Ariana menemukan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mengakses internet melalui ponsel dengan 98,4% (2022) dan 12,3% menggunakan laptop (Sadewa, 2022).

Salah satu generasi milenial yang menggunakan internet dan berperilaku konsumtif seperti mahasiswa. Kebiasaan konsumtif mahasiswa sudah banyak berubah yang disebabkan perkembangan teknologi yang semakin modern dan proses belajar yang pesat yang membutuhkan lebih banyak mahasiswa. Karena persyaratan menjadi lebih kompleks, jumlah

mahasiswa meningkat (Yahya, 2021). Mahasiswa perlu mengelola finansialnya dengan baik karena sangat sedikit mahasiswa yang bekerja paruh waktu dan sebagian besar pendapatan siswa berasal dari orang tua. Mahasiswa berada dalam kelompok pengembangan 18-25 yaitu berada di usia 18-25 yang disebut juga fase remaja. Periode remaja awal dan dewasa muda ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Santrock, yaitu tantangan kaum muda saat ini adalah bertanggung jawab secara emosional dan responsif secara ekonomi (Lonyka, 2021). Faktanya, sebagian besar mahasiswa lebih mementingkan pengeluaran atau pembelanjaan, bukan kemandirian finansial (Sadewa & Ariani, 2022). Selain itu, penggunaan mahasiswa yang tinggi terkait dengan jejaring sosial yang mempromosikan dunia mode dengan bantuan sponsor. Produk mereka dapat dengan mudah dibeli melalui e-commerce.

Didukung oleh pertumbuhan *e-commerce* dan pembayaran digital, perkembangan dunia keuangan modern yang dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, dan dapat diakses melalui telepon genggam (*handphone*) disebut uang elektronik. *Financial Technology* ini adalah metode pembayaran yang banyak digunakan oleh orang-orang. Transaksi menggunakan mata uang kripto ini memerlukan koneksi Internet, yang dihosting di beberapa operator elektronik. Penggunaan mata uang kripto sebagai metode pembayaran nontunai dimaksudkan untuk menekan laju pertumbuhan mata uang. *Financial Technology* menawarkan keuntungan sebagai peluang transaksi berbiaya

rendah bagi konsumen dan produsen, yang dapat memfasilitasi transaksi konsumen.

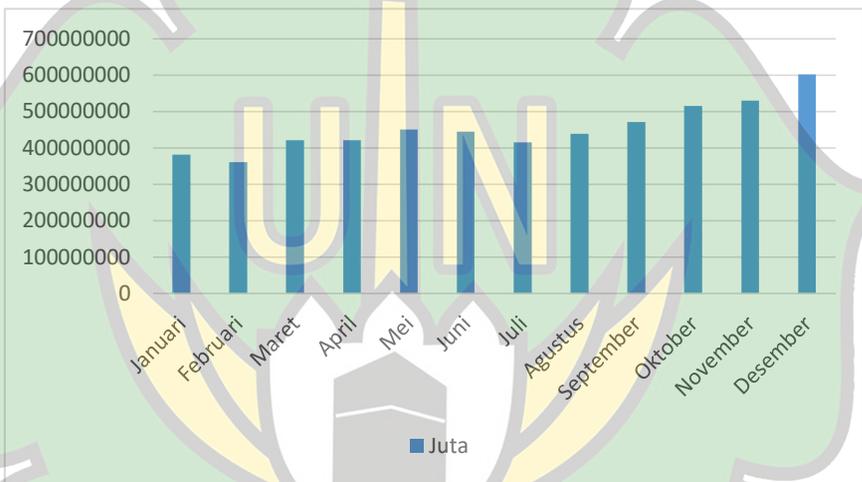
Contoh *financial technology* yang banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini adalah bank tradisional dan mobile bank seperti Dana, *LinkAja*, OVO, *Gopay*, *Shopepay* dan metode mudah lainnya. Uang elektronik saat ini sudah memiliki payung hukum yang jelas seperti disebutkan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 dalam mendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan masyarakat mengurangi penggunaan uang tunai di Republik Indonesia.

Dengan munculnya *financial technology*, penggunaannya lebih besar dari sebelumnya. Menurut Kompas.com, hingga akhir tahun, harga perdagangan mata uang kripto terus meningkat. Pada Oktober 2021, penggunaan *financial technology* mencapai 29,23 triliun VND, 55,54% lebih tinggi dari tahun lalu (Ramli, 2021). Menurut Bank Indonesia, peningkatan konsumsi dikaitkan dengan pengeluaran lebih banyak uang untuk kebutuhan atau kesenangan, terutama di masa pandemi ini, karena kemudahan produk elektronik.

Utilitas yang diciptakan oleh penggunaan *financial technology* tidak hanya memengaruhi kehidupan masyarakat, tetapi juga memengaruhi efisiensi penggunaan barang dan jasa industri atau bidang lain untuk urusan publik. Penggunaan *financial technology* juga mempengaruhi pengeluaran umum

negara. Perilaku berisiko dalam penggunaan *financial technology* ditunjukkan dengan total pengeluaran untuk makanan sebagai kebutuhan pokok lebih rendah dari pada pengeluaran untuk barang bukan makanan (Sari, 2021). Hal ini juga tercermin dari data jumlah transaksi kripto di Indonesia:

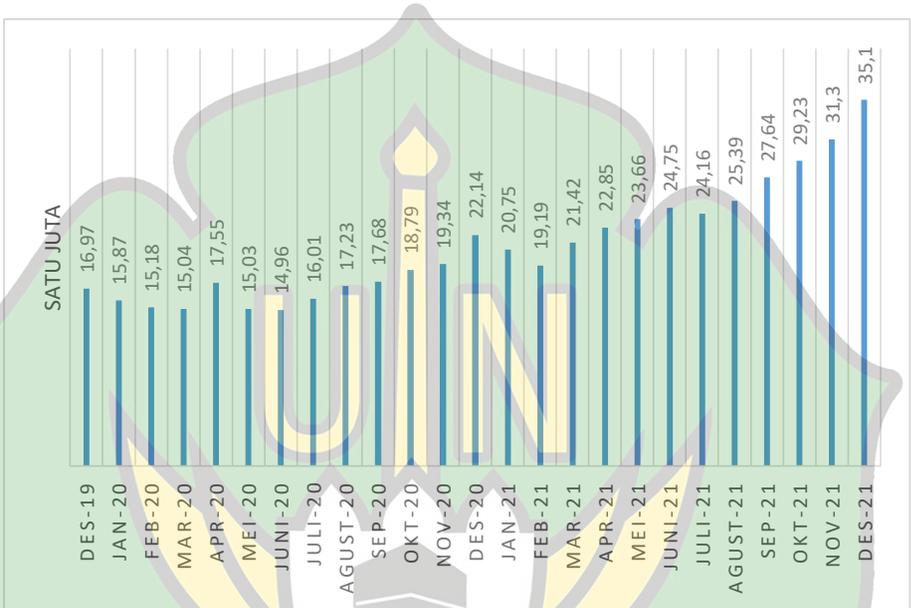
Gambar 1.1
Jumlah Transaksi *Financial Technology* (Januari-Desember 2021)



Sumber: Bank Indonesia (2022)

Transaksi penggunaan uang elektronik *year-to-date* mencapai 470 juta transaksi pada September 2021, dibandingkan dengan Juni 2021, saat penjualan turun. Pada Desember 2021, di penghujung tahun 2021, jumlah *financial technology* mencapai 602,29 juta kali. Transaksi ini mempengaruhi kehidupan setiap orang, tidak terlepas dari kegiatan ekonomi, termasuk penggunaan barang dan jasa (Wurangian dkk, 2015).

Gambar 1.2
Nilai transaksi *Financial Technology* (dalam Rupee)
dari Desember 2019 hingga Desember 2021



Sumber: Bank Indonesia (2022)

Pada Gambar 1.2 Bank Indonesia (BI) menyebutkan bahwa nilai mata uang kripto terus meningkat dan tidak masalah jika nilainya menurun. Penggunaan *financial technology* tertinggi tercatat pada Desember 2021 dan pada akhir tahun 2021 nilainya mencapai Rp. 35,1 juta. Pertumbuhan ini disebabkan banyak faktor, salah satunya pandemi Covid-19 yang melakukan semua pekerjaan keuangan dari rumah. Kenaikan harga semua produk sangat meningkatkan konsumsi di masyarakat, karena kebiasaan membayar dengan *financial technology* menciptakan kebiasaan

baru di masyarakat, pembayaran yang mudah ini benar-benar membuat pemborosan di masyarakat.

Kebutuhan khusus ini meliputi pendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Berkat kemudahan penggunaan *financial technology*, orang tidak perlu keluar rumah untuk membeli barang yang mereka butuhkan dan tidak punya banyak uang. Kemudahan ini terutama digunakan oleh ZZ (Generasi Z) yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Kemudahan penggunaan *financial technology* dapat memudahkan mahasiswa untuk membeli barang atau jasa yang mendukung kehidupan kampus seperti kebutuhan untuk membeli buku, alat tulis, perlengkapan dan perlengkapan selama pandemi demikian.

Perceived ease of use keyakinan dalam pengambilan keputusan. Persepsi kemudahan juga merupakan variabel yang dapat meningkatkan pemahaman, pemahaman, dan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi baru, dan kesederhanaan dapat menciptakan kepercayaan yang berdampak positif pada inovasi (Ong & Nuryasman, 2022).

Menurut Davis (1989), dalam Romadlonia dan Pritno (2018) persepsi kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan tanpa usaha. Menurut penelitian oleh Jogiyanto (2007) dalam Ernawati dan Noersanti (2020), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak akan sulit. Riset yang dilakukan Rodia dan Melati (2020)

menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memengaruhi penggunaan e-book oleh generasi milenial.

Menurut Jogyanto dalam Ernawati dan Noersanti (2020) *perceived usefulness* dapat dipahami sebagai situasi dimana penggunaan teknologi diyakini dapat meningkatkan prestasi kerja. Manfaat dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan program tertentu untuk memfasilitasi pekerjaan pengguna. Persepsi manfaat ini dapat membawa manfaat fisik dan mental yang sangat besar (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Jika efek yang diterima pengguna melebihi nilai manfaatnya, pengguna akan mematuhi perubahan tersebut (Nanda & Warsono, 2014).

Keuntungan dan manfaat menggunakan *financial technology* yaitu mahasiswa dapat digunakan untuk membeli lebih banyak produk atau layanan dari pada yang mereka butuhkan. Banyak mahasiswa menggunakan *financial technology* untuk membuat kehidupan sehari-hari mereka lebih mudah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemudahan dan efektivitas penggunaan *financial technology* yaitu uang elektronik dalam perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah manfaat penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apakah kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk mengetahui manfaat penggunaan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Untuk mengetahui kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dari tujuan masalah pada penelitian ini, maka didapatkan manfaat pada penelitian ini. Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman penulis khususnya segala hal yang berkaitan dalam penelitian ini.
- b. Sebagai bahan informasi bagi pengkaji, pengambil kebijakan atau keputusan dan penelitian perbankan syariah.
- c. Sebagai suatu khazanah ilmu pengetahuan dalam penelitian baru terkait pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* yaitu uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Ar-Raniry.
- d. Sebagai bahan bacaan dan sumbangan pemikiran dalam perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan masukan dan pengetahuan dalam bidang kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* yaitu uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Ar-Raniry.
- b. Bahan informasi dan masukan kepada pihak yang menerbitkan uang elektronik terkait pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sehingga

dengan adanya penelitian dapat diketahui dampak dari penggunaan uang elektronik tersebut.

3. Manfaat Kebijakan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank maupun perusahaan dalam mengambil kebijakan dengan tujuan membantu masyarakat.
- b. Sebagai bahan masukan untuk mengambil kebijakan terutama mahasiswa dalam melakukan pembelian dan mengurangi sifat konsumtif yang berlebihan atau membeli yang tidak dianggap perlu.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini merupakan pembahasan yang bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir. Berikut susunan sistematika dalam penelitian ini :

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan pengantar penelitian yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab II membahas terkait landasan teori yang membahas terkait *financial technology*, selain itu bab II membahas terkait penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

Bagian III Metode Penelitian

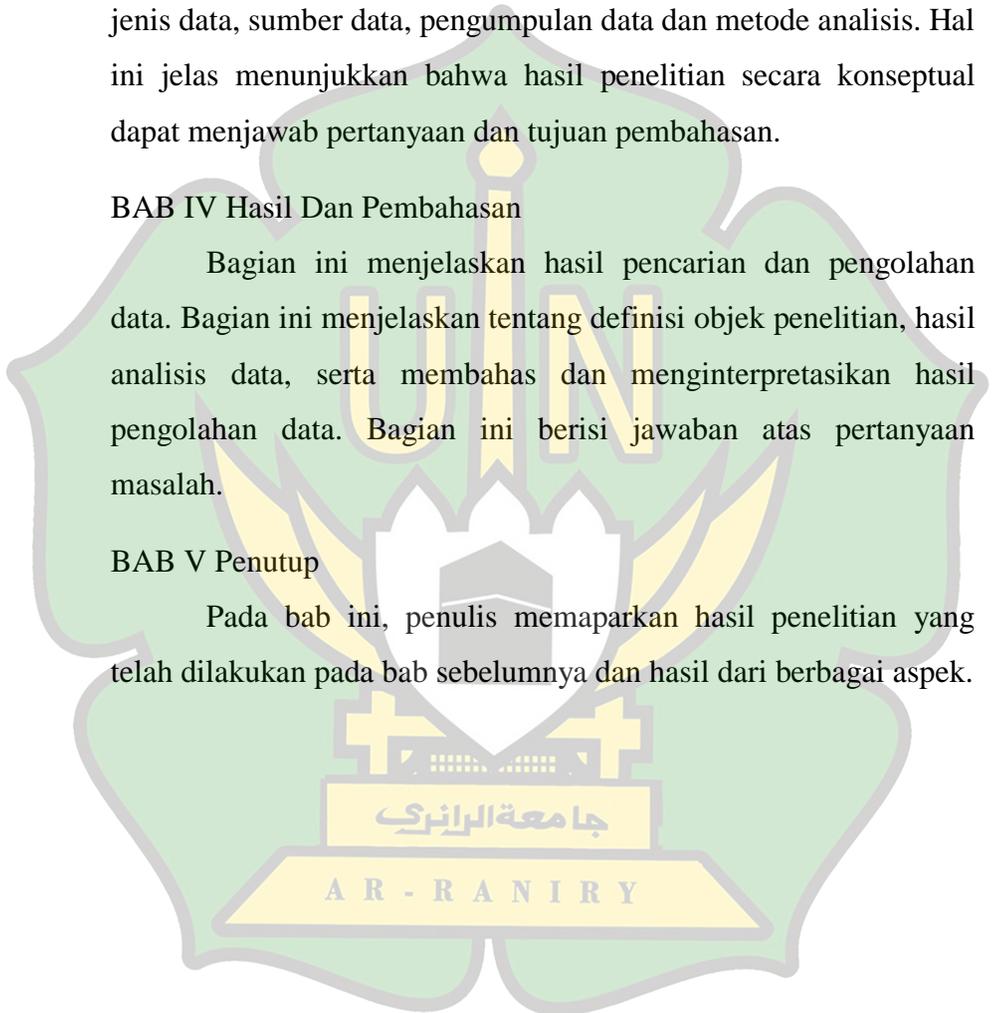
Bagian ini berkaitan dengan perencanaan dan desain studi. Bagian-bagiannya adalah jenis penelitian, instrumen penelitian, jenis data, sumber data, pengumpulan data dan metode analisis. Hal ini jelas menunjukkan bahwa hasil penelitian secara konseptual dapat menjawab pertanyaan dan tujuan pembahasan.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan hasil pencarian dan pengolahan data. Bagian ini menjelaskan tentang definisi objek penelitian, hasil analisis data, serta membahas dan menginterpretasikan hasil pengolahan data. Bagian ini berisi jawaban atas pertanyaan masalah.

BAB V Penutup

Pada bab ini, penulis memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dan hasil dari berbagai aspek.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Financial Technology*

Financial technology (fintech) memiliki arti dan interpretasi yang sangat luas. Lembaga riset NDRC (*National Digital Research Center*) menyatakan bahwa *fintech* adalah istilah untuk inovasi dalam jasa keuangan dimana teknologi adalah kuncinya (Ansori, 2019). *Fintech* adalah industri yang dinamis dan berkembang pesat dengan banyak model bisnis yang berbeda (Dorfleitner & Weber, 2017). *Financial technology* atau *fintech* adalah penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan. Definisi lain dari istilah *fintech* digunakan untuk menyebut perusahaan yang menyediakan teknologi mutakhir di bidang keuangan (Saksonova & Marlino, 2017). *Fintech* bukanlah layanan perbankan melainkan model bisnis baru di bidang keuangan.

Fintech adalah gelombang baru bagi perusahaan yang menawarkan model terbaru tentang bagaimana orang berperilaku dalam bertransaksi seperti bayar, kirim, pinjam, pinjamkan, dan investasikan uang mereka (Amalia, 2016). *Fintech* mengacu pada penggunaan teknologi dalam penyelesaian masalah di sistem keuangan dan *fintech* adalah teknologi atau inovasi dalam bentuk apapun yang digunakan dalam transaksi keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Saraswati, Maski, Kaluge, & Sakti, 2022).

Surat Edaran Bank Indonesia No. 22/18/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD), disebutkan bahwa transaksi keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis *mobile* atau *web* dalam kegiatan sistem layanan jasa keuangan inklusif (Bank Indonesia, 2016). Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *fintech* adalah layanan yang menyediakan produk keuangan dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang.

2.1.1 Jenis-Jenis *Financial Technology*

Menurut Bank Indonesia, teknologi keuangan (*financial technology*) di Indonesia dapat diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kategori: pembayaran, pinjaman, asuransi, crowdfunding dan manajemen risiko dan investasi.

1. *Digital Payment*

Fintech digital payment adalah layanan digital yang memudahkan transaksi pembayaran masyarakat. Pembayaran adalah salah satu layanan keuangan ritel yang paling banyak digunakan setiap hari dan juga salah satu yang paling tidak diatur (Anzelin, 2020). Jenis pembayaran digital ini menawarkan transaksi yang lebih mudah dan cepat karena menggunakan gateway pembayaran langsung antara pembeli dan penjual. Adapun contoh jenis payment di Indonesia yaitu *e-money card*, *e-toll*, *e-wallet*, serta terdapat jenis *pembayaran* dalam bentuk aplikasi dengan

berbagai macam merek seperti *Go pay*, OVO, Paytren, Link Aja, Dana, serta aplikasi lainnya.

2. *Lending*

Lending atau pinjaman memudahkan masyarakat untuk melakukan pinjaman berbasis teknologi. *Fintech* dalam pinjaman (*peer-to-peer lending*) memungkinkan individu dan perusahaan saling meminjamkan. *Peer-to-peer lending* atau P2P lending adalah layanan pinjaman kepada masyarakat, baik dari masyarakat sendiri maupun dari perusahaan jasa. Contoh layanan P2P lending di Indonesia adalah *Koin Works* yang menyediakan platform bagi pemberi pinjaman dan pinjaman (Pambudi, 2019).

3. *Insurance*

Dalam model bisnis *fintech* asuransi, *fintech* bekerja untuk menyediakan hubungan yang lebih sederhana antara perusahaan asuransi dan pelanggan. Mereka menggunakan data analitis untuk menghitung dan menyesuaikan risiko, dan seiring pertumbuhan basis pelanggan potensial mereka, pelanggan akan ditawarkan produk yang memenuhi kebutuhan mereka (misalnya asuransi mobil, asuransi jiwa, asuransi kesehatan) (Anzelin, 2020).

4. *Crowdfunding*

Crowdfunding adalah jenis *fintech* yang menggunakan teknologi untuk penggalangan dana bisnis atau bantuan bencana. Menurut kata-kata yang digunakan, layanan ini

sangat didukung. Contoh layanan afiliasi yang terkenal adalah Kitabisa.com (Pambudi R. D., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa *crowdfunding* dalam layanan teknologi dimaksudkan untuk memperkuat jaringan pribadi untuk mengawasi pengembangan produk, kendaraan dan ide baru, serta untuk menggalang dana untuk amal atau modal ventura. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan, dan memprediksi permintaan pasar.

5. *Risk and Investment Management*

Manajer risiko dan investasi di industri *fintech* dikenal sebagai penasihat robot. Penasihat robot (*Robo-advisor*) adalah jenis *fintech* yang menggantikan manajemen kekayaan tradisional, menyediakan layanan konsultasi atau manajemen kekayaan pribadi. (Nurdin, Azizah, & Rusli, 2020). Beberapa contoh Risiko dan investasi management dalam industri *fintech* yaitu Bareksa, Investree, hingga Online-Pajak yang membantu pengguna dalam mengatur pajak.

2.1.2 Sejarah Perkembangan *Financial Technology*

Perkembangan *financial technology* dapat dibagi menjadi tiga fase utama, yaitu: (Saraswati, Maski, Kaluge, & Sakti, 2022)

1. *Teknologi Keuangan 1.0 (1867-1967)*

Perkembangan teknologi ini dari analog ke digital, pada fase ini teknologi sempoa (*abacus*) telah hadir untuk

memfasilitasi transaksi keuangan sebagai alat penghitung awal perkembangan teknologi. Namun sejalan dengan perkembangan sektor keuangan, fase ini telah menyaksikan komputer yang mengarah ke komputerisasi.

2. *Teknologi Keuangan 2.0 (1967-2000)*

Pada tahun 1960-1970 perkembangan sistem pembayaran elektronik saat itu berkembang pesat. Pada tahun 1967 ATM pertama kali diperkenalkan. Pengenalan ATM dan kalkulator awal memulai *Fintech 2.0* periode *modern*. Dari tahun 1967 hingga 1987, layanan keuangan bergeser dari analog ke industri digital. Fase ini juga mulai mengenalkan teknologi berbasis internet, termasuk *E-Banking*.

3. *Financial Technology 3.0 (2000-sekarang)*

Setelah berkembangnya internet, setelah tahun 2008 kondisi pasar keuangan membutuhkan pelaku pasar yang inovatif dalam industri jasa keuangan. Fase ini telah melalui banyak guncangan di pasar keuangan, termasuk Eropa. Krisis ekonomi tahun 2008, memungkinkan pelaku pasar untuk membangun paradigma baru. Paradigma baru memotivasi pelaku pasar untuk fokus pada siapa yang memiliki sumber daya dan legitimasi untuk menyediakan jasa keuangan. Fase ini juga mulai menggunakan teknologi *smartphone* pada tahun 2007 seperti yang ditunjukkan dengan peluncuran iPhone, mengalami Bitcoin pada tahun 2009, dan layanan pengiriman uang P2P pada tahun 2011.

2.1.3 Keunggulan dan Kelemahan *Financial Technology*

Perkembangan fintech juga tidak terlepas dari kelebihan dan kekurangan pada saat digunakan. Adapun kelebihan dari *financial technology* menurut Ansori (2019) yaitu:

1. Melayani masyarakat Indonesia di tempat-tempat yang tidak dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional karena ketatnya peraturan dan pembatasan industri keuangan tradisional untuk melayani masyarakat di daerah tertentu.
2. Menjadi alternatif layanan keuangan tradisional ketika sektor publik membutuhkan dana yang lebih transparan dan ada di mana-mana.

Berdasarkan kelebihan tersebut, maka dapat diketahui kekurangan dari *financial technology* menurut Ansori (2019) yaitu:

1. *Financial technology* adalah pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkan modal dan lebih murah dibandingkan bank untuk menjalankan usaha modal besar.
2. Ada beberapa *fintech* yang tidak memiliki lokasi fisik dan pengalaman menangani integritas produk dan sistem keamanan.

2.2 Uang Elektronik

2.2.1 Uang elektronik

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, uang elektronik digunakan untuk melakukan pembayaran kepada

pedagang dan bukan penerbit uang elektronik (Anam, 2018). Menurut Rivai dalam Maengkom, Rotinsulu dan Mandej (2022), uang elektronik adalah metode pembayaran elektronik yang diterima sebelum menyetorkan uang kepada penerbit, secara langsung atau melalui penerbit atau dengan membebankan rekening bank tetapi uang dalam surat elektronik dinyatakan dalam rupiah dan digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran, secara langsung mengurangi nilai uang dalam media uang elektronik.

Uang elektronik adalah uang yang terbatas pada data elektronik yang disimpan dalam suatu penyimpanan pada kartu berupa chip atau server bagi pemilik uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik juga tercatat dalam media elektronik yang dikelola oleh penerbit uang elektronik (Usman, 2017). Transaksi pembayaran elektronik dilakukan dengan mentransfer dana ke terminal pembayaran elektronik pedagang.

Uang elektronik (*e-Money*) telah tersedia di Indonesia sejak tahun 2009. *E-Money* diterbitkan oleh bank dan non-bank yang memiliki izin dari Bank Indonesia. Data Bank Indonesia hingga Juli 2016 tercatat ada 20 penerbit uang elektronik yang terdiri dari 9 bank dan 11 non bank. Ketentuan mengenai uang elektronik diatur dalam Peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik. Penggunaan *e-Money* diatur sesuai fungsinya, sederhana dan mudah digunakan oleh semua orang. Berdasarkan sifat fisiknya, *e-money* dapat dibedakan menjadi dua

jenis, yaitu kartu *e-money* Prabayar dalam bentuk kartu dan *e-wallet* yang memiliki aplikasi digital.

Beberapa produk *e-money* yang dikeluarkan bank adalah kartu Flazz dari Bank BCA, kartu *e-Money* dari Bank Mandiri, kartu Brizzi dari Bank BRI, kartu TapCash dari Bank BNI, Kartu Jak dari Bank DKI Jakarta, Mega Cash dari Bank Mega, Nobu E-Money dari Bank Nasional Nobu. Penggunaan uang elektronik dapat dilakukan melalui telepon genggam, mengingat penetrasi telepon genggam di semua sektor masyarakat. Layanan uang elektronik disediakan melalui telepon seluler oleh perusahaan seluler, dengan menggunakan nomor telepon sebagai nomor rekening. Contoh produk uang elektronik yang ditawarkan oleh perusahaan seluler adalah layanan T-Cash Tap dari Telkomsel, XL Tunaiku dari XL Axiata, Flexy Cash dan i-Vas Card (Usman, 2017).

Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik adalah sarana pembayaran yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Diterbitkan berdasarkan nilai uang yang dibayarkan kepada penerbit di muka.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik pada media server atau chip.
3. Nilai uang elektronik yang dimiliki oleh penerbit bukan merupakan titipan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur kegiatan perbankan.

2.2.2 Jenis Transaksi dalam Uang Elektronik

Ada banyak jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan uang elektronik (Anam, 2018), jenis transaksi tersebut antara lain:

1. Menerbitkan dan mengisi uang elektronik sebelum penerbit menerbitkan uang elektronik.
2. Transaksi pembayaran elektronik terutama digunakan untuk menukar nilai uang dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dan pelanggan menggunakan protokol yang telah ditentukan.
3. Bisa melakukan transfer. Transfer uang elektronik adalah cara pemindahan aset uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal yang dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit.
4. Tarik tunai adalah kemudahan penarikan uang sebesar nilai uang elektronik yang dijamin sebesar nilai uang elektronik yang diterima oleh pemegangnya, dapat dilakukan oleh pemegang sewaktu-waktu.
5. *Refund/Redeem* adalah perubahan harga uang elektronik kepada penerbit elektronik yang diterima nasabah dari pemegang atas jual beli barang.

2.2.3 Manfaat Uang Elektronik

Menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat sebagai berikut (Anam, 2018):

1. Memberikan kemudahan dan kecepatan saat melakukan transaksi pembayaran tanpa membawa uang tunai.
2. Mereka tidak lagi membawa uang receh karena pedagang tidak membawa uang receh.
3. Cocok untuk kegiatan publik yang kecil tapi sering seperti: transportasi, parkir, pembayaran, makanan cepat saji, dll.
4. Risiko keamanan yang terkait dengan uang seperti kehilangan, pencurian, penipuan dan masalah lainnya berkurang ketika media yang digunakan disimpan tanpa uang tunai.
5. Sistem pembayaran *cashless* yang lebih efisien, sehingga masyarakat dan dunia usaha dapat menekan biaya operasional seperti biaya mobil untuk menyimpan uang di bank dan biaya penyimpanan.

2.2.4 Tinjauan Prinsip Syariah Terhadap Uang Elektronik

Islam tidak melarang segala bentuk teknologi apabila tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-Qur'an juga mengatakan bahwa manusia adalah khalifah di bumi, dan Allah telah meninggalkan posisi alami ini untuk digunakan oleh manusia melalui perbuatan baik mereka. Semua yang berhubungan dengan membantu pekerjaan individu diperbolehkan oleh hukum, karena kemaslahatan adalah tujuan atau hasil yang diperoleh oleh Maqasid Syariah. Menurut Al-Syatibi sebagai yang dikutip dari ungkapannya *“sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan*

manusia di dunia dan di akhirat”. Dalil yang mendukung bolehnya uang elektronik ialah dalil Al-Quran surat An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” [QS An-Nisa (4): 29].

Dari dalil Al-Quran bahwa manusia boleh bermuamalah dalam bidang ekonomi, asalkan dengan cara yang benar dan tidak dilakukan dengan cara yang salah menurut syariah, juga dengan saling mendukung ridha meridhai. Selama transaksi tersebut bukan jual beli yang diharamkan seperti membeli minuman khamar, bangkai atau larangan. Akad pada jual beli menggunakan uang elektronik pun juga harus dibebaskan dari riba atau bunga. Dalam transaksi transaksi menggunakan uang elektronik pun harus berdasarkan keridhaan kedua belah pihak yang mana transaksi tersebut harus adil. Adapun dalil Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283;

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَمَا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتِمِنَ اٰمَانَتَهُ ۗ وَلْيَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ ۗ اٰثِمٌ قَلْبُهُ ۗ ۗ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۙ ﴾

Artinya: “Dan jika Anda dalam perjalanan sedang Anda tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan pembuktian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, sakit hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” [QS Al-Baqarah (2):283].

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa tentang uang elektronik yang menyatakan bahwa hukum uang elektronik harus diterima dengan ketentuan sebagai berikut (DSN, 2017):

1. Uang elektronik adalah alat pembayaran untuk:
 - a. Diterbitkan berdasarkan jumlah uang yang disetorkan sebelumnya kepada penerbit;
 - b. Jumlah uang yang dibebankan pada telepon;
 - c. Jumlah uang elektronik yang dimiliki penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur kegiatan perbankan;

- d. Digunakan sebagai pembayaran untuk pedagang dan bukan penerbit uang elektronik.
2. Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang berdasarkan prinsip syariah.

2.3 Persepsi Kemudahan

2.3.1 Pengetian Kemudahan

Kemudahan berasal dari kata mudah, dalam KBBI yang berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam mengerjakannya. Kemudahan berarti kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi itu sangatlah mudah, tidak menyusahkan, mudah dipelajari dan tidak memerlukan usaha yang besar pada saat digunakan (Nurdin, Azizah, & Rusli, 2020). Kemudahan, menurut Jogiyanto dalam Yanto, Baskoro, dan Fitriani (2020), dapat diartikan sejauh mana seseorang yang menggunakan teknologi membebaskannya dari usaha. Kemudahan penggunaan atau persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan sistem tanpa usaha. Kemudahan penggunaan merupakan variabel yang dapat meningkatkan kejelasan, pemahaman dan fleksibilitas dalam menggunakan teknologi baru (Ong & Nuryasman, 2022).

Kemudahan sangat cocok untuk inovasi karena dapat memberikan kepercayaan pengguna. Jogiyanto dalam Romadlinyah dan Prayitno (2018) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan adalah sebanyak niat seseorang untuk menggunakan teknologi

membebaskannya dari pekerjaan, mudah dipelajari dan mudah kembali menggunakan sistem. Sikap setiap individu terhadap penggunaan teknologi mengarah pada penggunaan dan penggunaan teknologi secara efektif (Aini, 2020). Seseorang akan menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan dapat membantu penggunaanya (Wildan, 2019).

2.3.2 Indikator Kemudahan

Adapun indikator yang dipersepsikan kemudahan terhadap *teknologi* adalah menurut Chuang dan Li-Min (2016) dalam Anzelin (2020):

1. Mudah dipelajari (*Easy to learn*)

Penggunaan suatu sistem teknologi terpercaya akan mempermudah individu dalam mengoperasikan suatu teknologi sehingga teknologi tersebut dapat dengan mudah dipelajari. Teknologi yang mudah dipelajari dapat digunakan oleh semua kalangan usia dengan berbagai latar belakang, apabila teknologi tidak mudah dipelajari artinya tidak dapat membantu dan memudahkan pekerjaan individu.

2. Kemudahan untuk berinteraksi

Menggunakan suatu teknologi informasi terpercaya dapat mempermudah seseorang dalam berinteraksi dengan menggunakan sitem teknologi informasi tersebut serta kemudahan untuk melakukan transaksi.

3 Fleksibel

Indikator ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang yang menyatakan bahwa dalam menggunakan suatu sistem teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Penggunaan layanan teknologi informasi terpercaya akan mempermudah individu beradaptasi dalam menggunakan suatu layanan akan dimudahkan dengan menggunakan aplikasi teknologi informasi maka semakin tinggi pemanfaatan dan penggunaan sistasi inform

4 Mudah digunakan (*Easy to use*)

Penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan memudahkan individu dalam menggunakannya, artinya teknologi tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Semakin mudah suatu sistem teknologi informasi digunakan maka sistem teknologi informasi tersebut dirasakan semakin bermanfaat.

2.4 Manfaat

2.4.1 Pengertian Manfaat

Manfaat dapat diartikan sebagai keuntungan, bantuan, kepentingan atau bantuan dari sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata manfaat berarti kegunaan dan faedah. Manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu teknologi digunakan yang diyakini memberikan manfaat bagi yang menggunakannya (Wibowo, 2018). Jogiyanto (2007) mengemukakan dalam Kurniasari dan Priambodo (2018) bahwa

penggunaan dan kemudahan penggunaan merupakan niat untuk menggunakan teknologi. Pengguna teknologi akan tertarik menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa sistem teknologi itu berguna dan nyaman.

Menurut Fadhli (2021), hal ini juga akan menimbulkan minat yang membuat masyarakat ingin mulai menggunakan produk keuangan elektronik. Berdasarkan definisi di atas, dapat diartikan sebagai sesuatu yang lahir dalam diri seseorang, yaitu penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja penggunanya, jika teknologi tidak diperlukan, teknologi tidak diperlukan. Suatu teknologi dapat digunakan jika seseorang mengetahui manfaat dari produk tersebut.

2.4.2 Indikator Manfaat

Indikator manfaat menurut Venkatesh dan Davis dalam penelitian Khoiriyah, Kusumawati dan Indriasari terdiri (2020)dari:

1. Meningkatkan kinerja (*kinerja kerja*)

Meningkatkan kerja merupakan kombinasi antara kemampuan dan sifat (*ability and trait*), usaha (*usaha*) dan *dukungan* (*dukungan*) yang diukur melalui hasil produksi atau hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang. *kinerja* pekerjaan (Ginting, 2018)_ Dalam hal ini manfaat suatu barang maupun teknologi dapat dilihat dari kinerja yang dihasilkan, apakah dengan menggunakan teknologi ini pengguna dapat meningkatkan hasil kerjanya atau tidak.

2. Meningkatkan produktivitas (*produktivitas*)

Penggunaan suatu teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat kemudahan bagi penggunanya, sehingga dapat meningkatkan produktivitas. Semakin pesatnya perkembangan teknologi, maka apa yang dikerjakan setiap karyawan akan semakin praktis dan mudah. Dengan demikian, produktivitas karyawan akan semakin tinggi pula, karena akan semakin banyak aktivitas yang dapat diselesaikan dengan mudah dan cepat, mengubah proses manual menjadi otomatis, sehingga dapat mengurangi biaya tenaga kerja, biaya kertas, alat dan tenaga tuliseb.

3. Meningkatkan *efektivitas* (*efektifitas*)

Manfaat penggunaan uang elektronik memberikan efektivitas sebagai alat pembayaran non tunai. Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantau transangsi kelan , food court, atau parkir (Bank Indonesia, 2020).

4. Meningkatkan *efektivitas* (*efektifitas*)

Teknologi digunakan oleh masyarakat, karena dipercaya dapat memberikan manfaat bagi individu. Penggunaan uang elektronik memudahkan individu untuk tidak lagi

membawa uang tunai dalam jumlah besar Penggunaan uang elektronik juga mudah dalam mengelola, sehingga dapat digunakan oleh siapa saja.

2.5 Perilaku Konsumtif

2.5.1 Perilaku Konsumen

Konsumen dapat diartikan sebagai orang yang membeli barang maupun jasa secara berulang yang dimana dapat berupa individu (perseorangan) maupun kolektif (organisasi) (Firmansyah, 2018). Konsumen adalah seseorang yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka sering dengan memilih, mencari informasi, membandingkan, dan membuat keputusan tentang pembelian barang atau jasa yang tersedia bagi mereka.

Perilaku konsumen merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan, maka perlu dicari informasi sebanyak-banyaknya mengenai masalah tersebut. Perilaku konsumen penting dalam pengelolaan bank syariah karena berbagai alasan, keinginan untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, antara lain kebutuhan akan penjualan, edukasi, perlindungan, penguatan solusi untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Andespa, 2017).

Perilaku konsumen adalah proses dimana orang mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengkonsumsi produk, jasa, atau ide yang dimaksudkan untuk memuaskan

kebutuhan mereka. diperlukan. Perilaku konsumen adalah aktivitas yang terkait langsung dengan akuisisi, konsumsi, dan distribusi produk atau layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang dilakukan dan diikuti oleh aktivitas ini.

2.5.2 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti akibat atau pengaruh terhadap rangsangan atau lingkungan. Ini sering digunakan setiap hari sebagai tambahan untuk makanan dan minuman. Dalam arti yang lebih luas, berarti barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Produk dan jasa akhir yang dimaksud adalah barang dan jasa yang siap dikonsumsi oleh konsumen. Barang konsumsi tersebut meliputi barang konsumsi yang dapat dikonsumsi satu kali dan barang konsumsi yang dapat digunakan lebih dari satu kali (Wurangin, dkk, 2015).

Menurut Sumartono dalam Fithri (2018), perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan atas pertimbangan ras, tetapi atas keinginan untuk mencapai suatu tingkatan yang tidak terkait dengan ras. Perilaku konsumtif berlaku pada seseorang ketika orang tersebut membeli sesuatu bukan keinginan (*need*) melainkan keinginan (*want*). Deskripsi jenis ini juga ditambahkan ke hal yang kreatif dan tidak perlu, menciptakan pemborosan barang berharga dan biaya yang tidak perlu. Pada titik ini, secara psikologis menimbulkan kecemasan dan ketidakamanan.

Dalam prakteknya, cara masyarakat mengkonsumsi dapat dilihat melalui indikator yang berbeda-beda, antara lain barang atau jasa yang dibeli bukan karena keuntungan, tetapi karena ingin harga yang berlaku. Kemudian produk dan jasa dijual hanya karena dikemas dengan cara yang unik dan indah, karena kemasan suatu produk unik dan berbeda dari produk lain dan cukup baik untuk membuat seseorang ingin membeli produk tersebut. Selain itu, produk atau jasa yang dijual bertujuan untuk meningkatkan prestise dan ekspresi diri, untuk prestise tersebut pembeli suatu produk dapat mempertahankan gaya dan gaya (Insana & Johan, 2020). Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai konsumen yang mengkonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidup, terlepas dari apakah barang dan jasa itu diperlukan. layanan yang dibeli.

Mahasiswa yang hanya menggunakan faktor emosionalnya pada saat mengonsumsi suatu barang atau jasa, mereka akan melakukan pembelian dan hanya melihat gaya, gaya dan harga diri, tetapi siswa akan puas dengan mempertimbangkan faktor psikologis. dan pikiran yang lebih tinggi adalah murni, lembut dan indah. Hal ini menyebabkan mahasiswa berusaha menyesuaikan diri dengan harapan masyarakat (Insana & Johan, 2020).

2.5.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya: (Yahya, 2021)

1. Ingin menjadi *trend setter*

Dampak dari adanya media sosial, individu ingin dikenal terutama kalangan mahasiswa ingin menjadi *trend setter* dengan berpenampilan berbeda. Peningkatan teknologi membuat informasi mengenai keunggulan dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut dapat dengan mudah diketahui masyarakat, terlebih lagi orang-orang yang selalu ingin mengikuti gaya kekinian dari trendsekitar yang Peningkatan jumlah pembelian dan perhatian publik yang terjadi secara signifikan pada *e-commerce* di Indonesia akibat pengaruh adanya *Influencer* menunjukkan perilaku konsumtif terjadi di masyarakat karena promosi teknik secara persuasif yang mereka lakukan di media sosial (Anggraini, 2021). Seorang pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, biasanya remaja melakukan pembelian atau mengkonsumsi atau jasa dengan maksud untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dari yang lain.

2. keinginan memiliki barang *bermerek*

Kecenderungan seseorang berusaha dalam menampilkan gaya hidup tersebut diantaranya adalah dengan menggunakan barang-barang yang memiliki *branded* dan *prestise* agar dapat dilihat dan dinilai oleh rekan-rekan atau

orang disekitarnya. Manusia masa kini membeli sebuah barang dengan memedulikan brand yang menjadi identitas suatu barang. *Brand* merupakan simbol dan status dari suatu barang atau produk tertentu. Penggunaan barang *bermerek* diyakini dapat membuat status pemakainya terangkat, sehingga merek dikaitkan dengan tolak ukur seseorang dalam memilih suatu barang. perilaku konsumsi barang bermerek juga dapat menjadi suatu hobi dan gaya hidup tertentu.

3. Mengikuti perkembangan zaman

Keinginan mengikuti bisa disebabkan dari dua faktor, yaitu faktor internal yang dimana individu selalu mempunyai rasa tidak pernah puas dengan apa yang dimiliki sekarang sehingga individu merasa harus selalu membeli barang baru sa yang sedan. Faktor eksternal, ketika orang-orang disekitar individu memiliki suatu barang keluaran terbaru, bukan tidak mungkin hal ini akan menimbulkan keinginan individu untuk memiliki barang itu juga. Tekanan sosial mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

4. Ingin menarik perhatian orang lain

Menarik perhatian orang lain, pembelian akan dilakukan seseorang karena ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, sehingga ada sesuatu yang mendorong orang tersebut untuk membeli suatu produk tanpa pertimbangan yang matang.

2.5.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurutnya (Fithri, 2018) adalah:

1. Pembelian impulsif

Pembelian impulsif adalah keputusan yang tidak direncanakan untuk membeli produk atau layanan. Dalam praktiknya, penjualan lebih mengandalkan perasaan dan emosi daripada analisis. Impulse buying menurut Beatty dan Ferrell dalam Hetharie (2012) adalah pembelian yang tiba-tiba dan tidak terduga tanpa niat membeli terlebih dahulu, untuk membeli suatu jenis produk dan memenuhi kebutuhan tertentu. Itu bisa terjadi setelah Anda mendapatkan dorongan untuk membeli barang biasa tanpa berpikir.

2. Pembelian secara tidak rasial

Pembelian tidak rasial adalah membeli sesuatu tanpa melihat martabat yang memberikan ide modernitas. Perilaku konsumen kecenderungan untuk membeli dan mengkonsumsi barang tanpa batasan dan pertimbangan yang tidak perlu atau konsumsi barang yang seharusnya tidak dianjurkan.

3. Pemborosan

Menghabiskan terlalu banyak uang tanpa terbebani oleh kebutuhan yang jelas. Artinya penjual menggunakan nilai finansial daripada nilai produknya untuk barang dan jasa

yang tidak berguna. Perilaku ini semata-mata didasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang yang belum tentu memiliki kepuasan terbesar.

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dalam menyelesaikan penelitian ini, guna mendapatkan fakta mengenai pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Studi pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry). Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian ini, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Yahya (2021) yang berjudul Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Diploma Akuntansi Universitas Pelita Bangsa yang berjumlah 420 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden, kuesioner dibagikan menggunakan *google form*. Penelitian analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan SPSS. persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti ini ialah sama-sama bertujuan mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa dengan metode kuantitatif, sedangkan

perbedaan penelitian ini ialah variabel penelitian independen ini menggunakan kemudahan dan manfaat *financial technology* yaitu *mobile banking* sedangkan penelitian terdahulu mempunyai variabel independen literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan uang elektronik. Lokasi penelitian juga menjadi perbedaan penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Insana dan Johan (2020) yang berjudul Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang melakukan survei dengan sudut pandang. Jumlah populasi yang diteliti adalah 430 orang dengan sampel 81 orang dengan menggunakan *simple random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS. persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti ini ialah sama-sama bertujuan mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa dengan metode kuantitatif, sedangkan perbedaan penelitian ini ialah variabel penelitian independen ini menggunakan kemudahan dan manfaat *financial technology* yaitu *mobile banking* sedangkan penelitian sebelumnya mempunyai variabel independen penggunaan uang elektronik.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Noto, Anniza dan Tania Serenata (2019) yang berjudul Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan survey untuk pengumpulan datanya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas mengenai pengaruh penggunaan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif dan memiliki metode penelitian yang sama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah lokasi penelitian yang berbeda dan penelitian terdahulu membahas variabel gaya hidup dan literasi keuangan yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini membahas mengenai sifat konsumtif mahasiswa dikarenakan *financial technology* baik yang disediakan oleh bank maupun perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016) yang berjudul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 150 mahasiswa yang diperoleh dari perhitungan dengan rumus Slovin. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling* g. Instrumen dalam penelitian ini akan dibagi menjadi bentuk-bentuk pertanyaan terstruktur sesuai dengan variabelnya melalui angket atau kuisisioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dengan menggunakan teknik analisis regresi linier

berganda. persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah membahas pengeluaran konsumsi mahasiswa dan metode penelitiannya. Sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah variabel independennya, penelitian terdahulu mengenai pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (e-money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa sedangkan peneliti membahas pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi pada mahasiswa Perbankan UIN Syariah Ar-Raniry). Penelitian ini membahas mengenai sifat konsumtif mahasiswa dikarenakan *financial technology* baik yang disediakan oleh bank maupun perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Parastiti, Mukhlis dan Haryono (2015) yang berjudul Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara langsung dengan informan, Subjek yang akan diteliti adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Wawancara dilakukan dengan karyawan Bank Rakyat Indonesia dan mahasiswa dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah metode analisis data, peneliti menggunakan data primer dengan membagikan angket sedangkan peneliti terdahulu dengan melakukan wawancara. Peneliti fokus pada penggunaan *financial*

technology khususnya *mobile banking* sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada penggunaan uang elektronik. persamaan penelitian ini ialah membahas *financial technology* yang berpengaruh pada pengeluaran mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Wurangian, Engka dan Sumual (2015) yang berjudul Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas SAM Ratungi yang Kost di Kota Manado. Data penelitian ini diperoleh dari kuisisioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak yang terkait yaitu kepada mahasiswa yang tinggal di rumah kost. Model analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Model Regresi Berganda. persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas mengenai konsumsi mahasiswa, dan juga menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah seluruh variabel independennya, peneliti terdahulu juga melakukan wawancara sedangkan penelitian ini tidak melakukan wawancara. Penelitian ini membahas mengenai sifat konsumtif mahasiswa dikarenakan *financial technology* baik yang disediakan oleh bank maupun perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Efektivitas, Risiko, dan Tingkat Pendapatan dalam Pemakaian Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik yang digunakan dalam

pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Instrumen dalam penelitian ini akan dibagi menjadi bentuk-bentuk pertanyaan terstruktur sesuai dengan variabelnya melalui angket atau kuisioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah membahas perilaku konsumtif mahasiswa dan metode penelitiannya. Sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel independennya yaitu persepsi kemudahan, penggunaan, manfaat efektivitas, risiko dan tingkat pendapatan, sedangkan peneliti membahas pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry). *Financial technology* yang dibahas pada penelitian ini ialah penggunaan uang elektronik.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Adibah Yahya yang berjudul Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa (2021)	Kuantitatif	Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Diploma tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. Gaya hidup hedonis berpengaruh	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas mengenai pengaruh penggunaan <i>financial</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah lokasi penelitian yang berbeda dan penelitian

			positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Diploma tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. Uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Diploma tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa.	<i>technology</i> terhadap perilaku konsumtif dan memiliki metode penelitian yang sama.	terdahulu membahas variabel gaya hidup dan literasi keuangan yang tidak dibahas dalam penelitian ini
2.	Dwi Rorin Maulidin Insana dan Ria Susanti Johan, yang	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik	Persamaan penelitian ini dengan penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	berjudul Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI (2020)		memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI	terdahulu ialah sama-sama membahas mengenai pengaruh penggunaan <i>financial technology</i> terhadap perilaku konsumtif dan memiliki metode penelitian yang sama.	penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian yang berbeda.

3.	Ananda Prisanty Noto Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (2019)	Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret. Ini disebabkan oleh pembayaran dengan uang elektronik yang mudah digunakan. Secara umum, siapa pun akan memilih cara yang mudah dalam melakukan	persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas pengaruh <i>financial technology</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian yang berbeda.
----	--	-------------	---	---	---

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			pembayaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret bersifat konsumtif.		

4.	Laila Ramadani yang berjudul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa (2016)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam uang elektronik (e-money) sehingga penggunaan uang elektronik semakin meningkat dikalangan mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik (e-money) maka semakin tinggi pula pengeluaran	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama mengenai pengaruh penggunaan <i>financial technology</i> terhadap pengeluaran mahasiswa menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Perbedaan riset ini dengan penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian yang berbeda.
----	---	-------------	---	---	--

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Didin Elok Parastiti, Imam Mukhlis dan Agung Haryono yang berjudul Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang	Kualitatif	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penggunaan BRIZZI oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang masih rendah. Rendahnya tingkat penggunaan BRIZZI	persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas mengenai <i>financial technology</i> pada mahasiswa.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah metode penelitian dan penelitian ini mengenai pengaruh

	(2015)		disebabkan karena minat mahasiswa terhadap penggunaan BRIZZI pun rendah. Faktor utama rendahnya minat mahasiswa terhadap penggunaan BRIZZI disebabkan kekurangannya informasi mengenai produk Brizzi dan tidak ada sikap terbuka dari mahasiswa. Selain itu, mahasiswa lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena mahasiswa telah terbiasa menggunakan uang tunai		penggunaan uang elektronik terhadap perilaku mahasiswa konsumtif.
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
6.	Flinsia Debora Wurangian, Daisy Engka dan Jacline Sumual yang berjudul Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas SAM Ratungi yang Kost di Kota Manado (2015)	Kuantitatif dan kualitatif	Hasil penelitian ini adalah Pendapatan atau uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi yang berkaitan langsung dengan kuliah, pendapatan atau uang saku berpengaruh positif terhadap konsumsi makanan dan biaya kuliah	persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas perilaku konsumtif mahasiswa	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel mandiri yang berbeda

			dan pendapatan berpengaruh terhadap konsumsi hiburan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratungi yang Kost di Kota Manado		
7.	Rafif Akram yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Efektivitas, Risiko, dan Tingkat Perilaku Tingkat Konsumtif Mahasiswa (2020)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah kemudahan dalam penggunaan FinTech berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, manfaat dalam penggunaan FinTech berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, efektifitas dalam penggunaan FinTech	persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas perilaku mahasiswa konsumtif, kemudahanaan dan manfaat <i>financial technology</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah efektivitas variabel, risiko dan tingkat pendapatan yang tidak dibahas dalam penelitian ini

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, dalam penggunaan FinTech tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, pengalaman berpengaruh		

			terhadap perilaku konsumsi mahasiswa,		
--	--	--	---------------------------------------	--	--

Sumber: Data Diolah (2022)

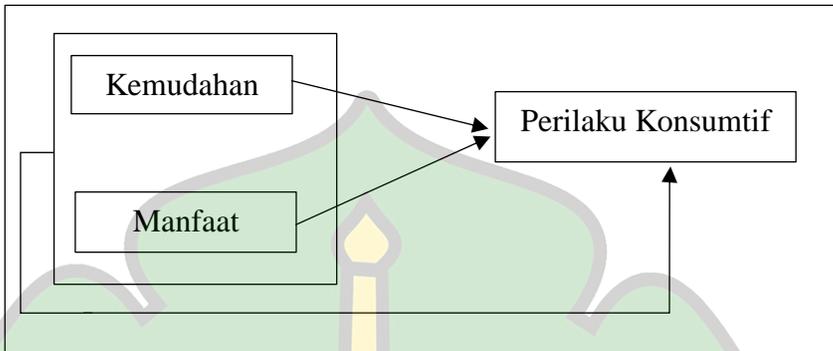
Berdasarkan paparan penelitian terdahulu diketahui bahwa kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya penggunaan uang elektronik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Insana dan Johan (2020) bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. Serta penelitian yang dilakukan oleh Noto, Anniza dan Tania Serenata (2019) bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh pembayaran dengan uang elektronik yang mudah digunakan. Secara umum, siapa pun akan memilih cara yang mudah dalam melakukan pembayaran.

2.7 Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan pada sub bab sebelumnya maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1 :

Gambar 2.1

Skema pelaksanaan Pemikiran



Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan skema kerangka pemikiran di atas, diketahui bahwa kemudahan uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, manfaat memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Secara bersama-sama kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2.8 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Hubungan antar variabel dan hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antar dependen dengan variabel independen yang diperkuat dengan teori dan penelitian terdahulu yang diperkuat dengan hipotesis sementara.

2.8.1 Pengaruh Kemudahan *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif

Kemudahan berarti kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi itu sangatlah mudah, tidak menyusahkan, mudah dipelajari dan tidak memerlukan usaha yang besar pada saat

digunakan (Nurdin, Azizah, & Rusli, 2020). Persepsi kemudahan atau *persepsi kemudahan penggunaan* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih. Kemudahan persepsi juga merupakan variabel yang dapat meningkatkan kejelasan, pemahaman, serta fleksibilitas dalam menggunakan teknologi baru (Ong & Nuryasman, 2022). Kemudahan memberikan pengaruh yang positif dalam menghasilkan inovasi, karena dapat memberikan kepercayaan diri bagi pengguna.

Sikap individu terhadap penggunaan teknologi akan mendorong pemanfaatan serta penggunaan teknologi secara lebih baik (Aini, 2020). Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan teknologi apabila memiliki anggapan bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan dapat membantu penggunaannya (Wildan, 2019). Adanya kemudahan dalam menggunakan uang elektronik dapat menimbulkan dampak munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi bertumpu pada pertimbangan yang rasial, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasial lagi (Fithri, 2018).

Penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan bagi seseorang dalam berinteraksi dengan menggunakan sistem teknologi informasi tersebut serta kemudahan untuk melakukan transaksi. Kemudahan ini nantinya akan memberikan efek keseringan belanja dikarenakan pembayarannya yang mudah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Akram bahwa

(2020)kemudahan dalam penggunaan *fintech* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Giswandhani dan Hilmi (2020)menyebutkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non tunai yang merujuk pada dimensinya yaitu jelas dan mudah dipahami tidak memerlukan pemikiran panjang.

H₁: Kemudahan *financial technology* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

2.8.2 Pengaruh Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif

Jogiyanto dalam Kurniasari dan Priambodo (2018) memiliki pengaruh terhadap perilaku *minat (behavioral intention)* dalam penggunaan teknologi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Manfaat merupakan suatu kegunaan yang dirasakan dapat membantu untuk tujuan yang bermanfaat. Sebab karenanya juga akan terbentuk suatu minat yang membuat masyarakat mau menggunakan produk uang elektronik (Fernos & Alfadino, 2021). Berdasarkan pemaparan diatas, dapat diartikan sebagai sesuatu yang muncul di dalam diri seseorang yakni penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna si tersebut, apabila suatu teknologi tidak memberikan manfaat teknologi tidak memiliki manfaat

Suatu teknologi dapat digunakan apabila individu mengetahui manfaat yang ditimbulkan dari produk tersebut.

Manfaat uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena berbelanja menggunakan uang elektronik dapat membantu kelancaran transaksi ekonomi yang bersifat massal dan mikro , sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi jual-beli di *e-commers*. Adanya saldo di *platform* uang elektronik dapat meningkatkan sifat pembelian secara *implusif*, yaitu pembelian yang dilakukan dengan spontanitas.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) bahwa manfaat dalam penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Serta penelitian yang dilakukan oleh Noto, Anniza dan Tania Serenata (2019) bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh pembayaran dengan uang elektronik yang mudah digunakan. Secara umum, siapa pun akan memilih cara yang mudah dalam melakukan pembayaran. Penelitian yang dilakukan oleh Tresnaatmaja (2019) bahwa persepsi manfaat uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga semakin besar manfaat yang didapatkan dengan menggunakan uang elektronik maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.

H₂ : Manfaat *financial technology* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

2.8.3 Pengaruh Kemudahan dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan bagi seseorang dalam berinteraksi dengan menggunakan sistem teknologi informasi tersebut serta kemudahan untuk melakukan transaksi. Kemudahan ini nantinya akan memberikan efek keseringan belanja dikarenakan pembayarannya yang mudah. Suatu teknologi dapat digunakan apabila individu mengetahui manfaat yang ditimbulkan dari produk tersebut. Manfaat uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena berbelanja menggunakan uang elektronik dapat membantu kelancaran transaksi ekonomi yang bersifat massal cepat dan masal, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi jual-beli di *e-commers*. Adanya saldo di *platform* uang elektronik dapat meningkatkan sifat pembelian secara *implusif*, yaitu pembelian yang dilakukan dengan spontanitas.

Perilaku konsumtif kecenderungan individu untuk membeli dan mengonsumsi barang-barang tanpa batas dan pertimbangan yang rasional ataupun mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan. Kemudahan dan manfaat *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) bahwa kemudahan dan manfaat dalam penggunaan *financial technology* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

H₃ : Kemudahan dan manfaat *financial technology* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dimana jenis penelitian ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel. Sampling digunakan dalam pengambilan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen survei, dan analisis data diperluas. Penelitian ini melibatkan penelitian empiris dalam bentuk analisis statistik. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data yang dapat diperoleh dengan metode statistik (pengukuran) lainnya. Data kuantitatif diambil dalam bentuk angka yang mewakili besaran atau jumlah yang dihitung secara langsung dari segi informasi dan menggunakan skala dan skala (Fauzi, Dencik, & Asiati, 2019).

Selain itu, penelitian ini bersifat asosiatif. Sugiyono (2017) mendefinisikan penelitian asosiatif sebagai metode penelitian yang berguna untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kemudahan (X_1) dan manfaat (X_2) *financial technology* yakni penggunaan uang elektronik terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa.

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Data Angka

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh dari data yang dikumpulkan, disimpan dan diolah sendiri oleh peneliti. Menurut (Sugiyano,2017), data primer merupakan sumber informasi yang secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak memberikan informasi apapun kepada pengumpul data. Responden penelitian ini adalah yang menempuh pendidikan strata satu Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari metode ini adalah untuk mengumpulkan dan mengolah hasil penelitian. Penelitian ini melibatkan penelitian lapangan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dengan memberikan kuesioner kepada siswa untuk memperoleh hasil penelitian. Kuesioner/survei adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden atau memberikan tanggapan secara tertulis.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup dimana orang disajikan dengan banyak pilihan tanpa diberi kesempatan untuk mengungkapkan pendapatnya. Oleh karena itu, responden hanya memilih jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Kuesioner/survei dikirimkan

melalui alat web Google Forms dan diukur pada skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pikiran, perasaan dan pendapat orang atau kelompok orang tentang masalah sosial dan dapat dijadikan pertanyaan/pendapat oleh responden (Sugiyono, 2017).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal karena angka memberikan informasi tentang jumlah relatif dari karakteristik yang ditemukan dalam suatu peristiwa, objek, dll. Statistik parametrik harus mengikuti permintaan data beberapa kali. Itu sebabnya peneliti mentransformasikan data ke skala menengah menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Biasanya, ukuran ordinal digunakan untuk menentukan angka atau indikator (Sharon, 2020) Dalam ringkasan penelitian ini, dimungkinkan untuk menilai 5, 4, 3, 2 dan 1 untuk sangat puas, puas, tidak puas, tidak puas dan sangat puas.

Tabel 3.1
Instrumen Skala Pengukuran

Pilihan	Keterangan	Bobot
SS	Saya sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Diolah (2022)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau hal-hal yang karakteristiknya telah ditentukan oleh

peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh yang jumlahnya berjumlah 1.328 mahasiswa (Siakad Ar-Raniry, 2021). Populasi tersebut dianggap sebagai populasi karena mahasiswa perbankan syariah adalah generasi yang aktif di media sosial dan *mobile banking*.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan nilai yang sama dengan populasi (Ahyani & Mahfud, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling technique*. *Probability sampling technique* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan dan kesempatan yang sama bagi setiap individu atau anggota untuk dipilih menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* karena sampel terdiri dari populasi yang dilakukan secara random . Untuk mendapatkan jumlah sampel penelitian, maka penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan kelonggaran 10%, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

Informasi:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan (10%)

Jumlah sampel maksimum dapat ditemukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{1.328}{1 + (1.328 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{1328}{1 + 13,28}$$

$$n = \frac{1328}{14,28} = 92,99 \text{ (lingkaran 93)}$$

Menurut hasil ukuran sampel Slovin, ukuran sampel maksimal ada 93 peserta. Kuesioner dibuat secara *online* dengan memanfaatkan *google form* dan disebarakan melalui media social.

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan satu definisi dari variabel-variabel yang akan diteliti dengan mengspesifikasikan untuk mengukur variabel tersebut.

3.4.1 Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah perubahan atau hasil yang dipengaruhi atau yang diakibatkan oleh variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada

pertimbangan rasial, tetapi pada keinginan yang tidak dapat dicapai (Fithri, 2018). Adapun indikator perilaku konsumtif, yaitu:

1. Pemelian secara impulsif
2. Pembelian secara tidak rasial
3. Pemborosan

3.4.2 Variabel Ketergantungan (X)

Variabel dependen adalah variabel yang memiliki sebab dan akibat. Variabel dependen adalah variabel yang memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap variabel independen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X_1) dan Manfaat (X_2). Persepsi kemudahan penggunaan menggunakan adalah suatu anggapan pengguna bahwa aplikasi produk fintech yakni uang elektronik mudah dioperasikan dan pengguna tidak mengeluarkan usaha lebih (Ong & Nuryasman, 2022). Sementara merasakan manfaat merupakan suatu pemahaman yang merasakan kegunaan untuk mencapai suatu tujuan (Fernos & Alfadino, 2021).

3.4.3 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* yaitu uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Ar-Raniry. Operasional variabel adalah batasan yang ditetapkan peneliti terhadap variabel penelitian sebelum melakukan pengukuran data, analisis data, analisis regresi dan lainnya (Sujarweni, 2015).

Variabel yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup tiga variabel:

Tabel 3.2
Variabel Operasional

Variabel	indikator	Skala
Kemudahan (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>) 2. Kemudahan untuk berinteraksi 3. Fleksibel 4. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>) (Anzelin, 2020). 	Interval
Manfaat (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kinerja (<i>kinerja kerja</i>) 2. Meningkatkan produktivitas (<i>produktivitas</i>) 3. Meningkatkan efektivita (<i>efektivitas</i>) 4. Bermanfaat bagi individu (<i>kegunaan</i>) <p>(Khoiriyah, Kusumawati, & Indriasari, 2020)</p>	Interval
perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemelian secara impulsif 2. Pembelian secara tidak rasial 3. Pemborosan <p>(Fithri, 2018).</p>	Interval

Sumber: Data Diolah (2022)

3.5 Uji Kuesioner Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan ketelitian dan ketepatan pengukuran suatu instrumen terhadap konsep yang dipelajari. Tujuan dari percobaan ini adalah agar data yang tersedia dapat digunakan dan hasilnya disajikan. Jika

pengukurannya salah, percobaan tersebut tidak berguna bagi peneliti karena tidak dapat diukur (Kuncoro, 2013). Uji validasi ini menggunakan SPSS versi 25. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r yang dihitung dari hasil (*Corrected Item Total Correlation*) dengan r -tabel. Jika $r \geq r$ tabel, maka nilai r valid sehingga r diperbolehkan. Namun jika nilai r hitung $< r$ tabel maka nilai r tidak diterima karena tidak valid. Kemudian dilakukan uji signifikansi kriteria dengan menggunakan tabel r pada taraf signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi (Rangkuti, 2009).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada seberapa akurat pengukuran survei dan seberapa konsisten pengukuran tersebut di antara instrumen survei. Pertanyaan dianggap reliabel atau valid jika jawabannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Nilai alpha 0.6 digunakan untuk menentukan determinan reliable atau tidak dapat digunakan (Priyastama, 2017).

1. Nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0.6 maka reliabilitas kurang baik - R A N I R Y
2. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.7 maka reliabilitas dapat diterima

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah variabel dependen dan independent berdistribusi normal dalam model regresi. Jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal, uji statistik dianggap tidak valid. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *uji Kolmogorov-Smirnov* dengan *plot probabilitas* grafik. Uji normalitas menggunakan uji *P-Plot* untuk memeriksa apakah data terdistribusi normal karena titik-titiknya menyebar di sekitar diagonal. Pengujian *Kolmogorov Smirnov* ini memiliki kriteria sebagai berikut: (Enterprise, 2014)

1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,005$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,005$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.2 Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana variabel independen dalam persamaan regresi linier saling berhubungan, multikolinearitas dapat menyebabkan kesalahan standar (Fauzi, Dencik, & Asiati, 2019). Adanya hubungan yang kuat antara variabel independen tidak dipertimbangkan saat membuat model (persamaan), karena akan mempengaruhi parameter analisis yang benar, dalam hal ini koefisien regresi, saat mengevaluasi real estat. Kuatnya hubungan antar variabel bebas disebut multikolinearitas

(Iqbal, 2015). Untuk mengidentifikasi ada tidaknya multikolinearitas pada model dapat diketahui dari nilai tolerance dan variance inflation index (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variasi informasi residual satu dengan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Model yang baik adalah variasi gangguan atau residual yang konstan. Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana asumsi tidak terpenuhi, yaitu dimana error diestimasi dan terdapat variabel error yang berubah dari waktu ke waktu. Hasil dari heteroskedastisitas adalah kualitas proses evaluasi yang buruk, dan hasil evaluasi konstan dan tidak ada (Iqbal, 2015). Pada penelitian ini digunakan uji Glejser, jika nilai utama antara beda bebas dan beda residual lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah data terkumpul, maka data yang terkumpul dapat dianalisis dengan menggunakan teknik pengelolaan data. Analisis yang diuraikan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab bantuan rumusan masalah. Menurut Sugiyono, (2017) analisis data adalah proses setelah mengumpulkan informasi dari semua partisipan atau sumber data lainnya. Analisis polilinear adalah

hubungan antara dua atau lebih variabel ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan variabel dependen. Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + a \quad (3.2)$$

Informasi:

Y = perilaku konsumtif mahasiswa

α = konstan

X_1 = kemudahan

X_2 = manfaat

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji-t adalah uji regresi parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas (X) mempengaruhi variabel lain (Y) (Sujarweni, 2015). Uji-t menunjukkan seberapa kuat variabel independent dibandingkan variabel dependen.

Parameter uji bagian:

1. Jika nilai signifikan < 0.05
2. Jika nilai signifikan > 0.05
3. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima sebaliknya apabila nilai nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah

H_{a1} : Kemudahan *financial technology* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H₀₁: Kemudahan *financial technology* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H_{a2}: Manfaat *financial technology* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H₀₂: Manfaat *financial technology* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

3.8.2 Uji Simultan (uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2015). Uji-F menunjukkan bahwa faktor-faktor independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria uji simultan adalah:

1. Jika nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima, sebaliknya apabila nilai $\text{sig} > 0.05$ maka hipotesis ditolak
2. Jika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka hipotesis diterima sebaliknya apabila nilai $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka hipotesis ditolak.

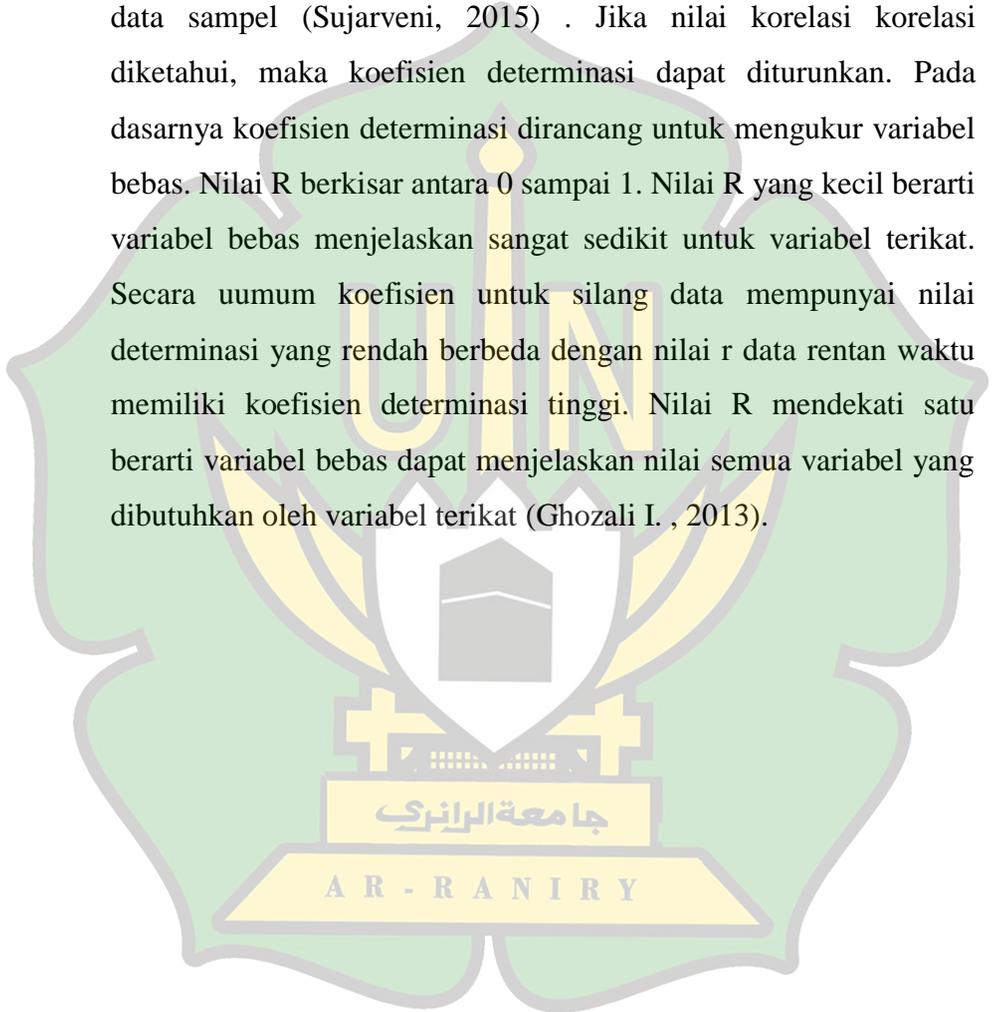
Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah

H_{a3}: Kemudahan dan manfaat *financial technology* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H₀₃: Kemudahan dan manfaat *financial technology* secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran untuk mengetahui kesamaan untuk dugaan antara dugaan atau garis regresi dengan data sampel (Sujarveni, 2015) . Jika nilai korelasi korelasi diketahui, maka koefisien determinasi dapat diturunkan. Pada dasarnya koefisien determinasi dirancang untuk mengukur variabel bebas. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai R yang kecil berarti variabel bebas menjelaskan sangat sedikit untuk variabel terikat. Secara umum koefisien untuk silang data mempunyai nilai determinasi yang rendah berbeda dengan nilai r data rentan waktu memiliki koefisien determinasi tinggi. Nilai R mendekati satu berarti variabel bebas dapat menjelaskan nilai semua variabel yang dibutuhkan oleh variabel terikat (Ghozali I. , 2013).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan *financial technology* yaitu uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Survei dilakukan secara online menggunakan Google Forms yang disebarluaskan melalui jejaring sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Kuesioner ini dibuat dan dikirim dari tanggal 26 Juni 2022 hingga dan 25 Oktober 2022 melalui link https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdRL6la5IO3fAj9tq1v_x_YRo5hNW701gJI9WYIU-PmECLsiKg/viewform?usp=sharing dan didapatkan 100 mahasiswa Perbankan Syariah dari berbagai leting menjawab pertanyaan ini.

Deskripsi karakteristik responden dilakukan untuk memberikan tabel mengenai identitas responden secara umum dalam penelitian ini. Identitas responden diharapkan dapat diungkapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Untuk memudahkan dalam menginterpretasikan responden tersebut, maka dapat diuraikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, asal daerah, suku, pendapatan tahun masuk kuliah, jenis uang elektronik yang digunakan sebagai berikut:

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penyebaran kuesioner berdasarkan jenis kelamin mahasiswa, dikelompokkan menjadi perempuan dan laki-laki yang ditunjukkan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	39	39%
2.	Perempuan	61	61%
Jumlah		100	100%

Sumber. Hasil Penyebaran Kuesioner (2022)

Dari tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden adalah 100 mahasiswa yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 orang atau 61%. Kemudian, 39 responden atau 39% adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan UIN Ar-Raniry memiliki mahasiswa perempuan lebih banyak daripada mahasiswa laki-laki yang fokus pada perbankan syariah.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah

Penyebaran kuesioner berdasarkan tahun masuk kuliah atau angkatan, dikelompokkan menjadi angkatan 2016, 2017, 2018, 2019 dan 2020 yang ditunjukkan pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah

No.	Angkatan	Frekuensi	Persentase
1.	2016	18	18%
2.	2017	7	7%
3.	2018	12	12%
4.	2019	12	12%
5.	2020	20	20%
6.	2021	31	31%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2, maka disimpulkan bahwa jumlah responden dari angkatan 2016 sebanyak 18 mahasiswa, jumlah responden angkatan 2017 sebanyak 7 mahasiswa, jumlah responden dari angkatan 2018 sebanyak 12 mahasiswa, jumlah responden dari angkatan 2019 sebanyak 12 mahasiswa, jumlah responden angkatan 2020 sebanyak 20 mahasiswa, dan jumlah responden dari angkatan 2021 sebanyak 31 responden dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 mahasiswa.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

Penyebaran kuesioner berdasarkan asal daerah dikelompokkan menjadi beberapa daerah. Responden pada penelitian ini berasal dari beberapa daerah baik dalam provinsi Aceh maupun diluar provinsi Aceh, yang ditunjukkan pada Tabel 4.3 di bawah:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

No.	Asal Daerah	Frekuensi	Persentase
1.	Sumatra Utara	3	3%
2.	Banda Aceh	39	39%
3.	Aceh Besar	23	23%
4.	Aceh Tengah	8	8%
5.	Aceh Jaya	6	6%
6.	Aceh Barat	3	3%
7.	Aceh Utara	3	3%
8.	Aceh Singkil	2	2%
9.	Aceh Timur	2	2%
10.	Bireuen	2	2%
11.	Pidie	2	2%
12.	Sinabang	1	1%
13.	Meureudu	1	1%
14.	Nagan Raya	1	1%
15.	Aceh Selatan	1	1%
16.	Gayo Lues	1	1%
17.	Langsa	1	1%
18.	Aceh Tamiang	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari Kota Banda Aceh yaitu 39 responden atau 39%, hal ini dikarenakan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry berlokasi di Banda Aceh. Lalu responden berasal dari luar Aceh yaitu Sumatra Utara sebanyak 3 responden, responden berasal dari Aceh Besar sebanyak 23 responden, dari Aceh Tengah sebanyak 8 responden, dan dari Aceh Jaya sebanyak 6 responden. Sedangkan responden yang berasal dari Aceh Barat dan Aceh utara sebanyak 2 responden, lalu responden berasal dari Aceh Singkil, Aceh Timur, Bireuen, dan Pidie masing-masing sebanyak

2 responden. Responden yang berasal dari Sinabang, Meureudu, Nagan Raya, Aceh Selatan, Gayo Lues, Langsa dan Aceh Tamiang masing-masing sebanyak 1 responden.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan Sumber Pendapatan

Responden berdasarkan jumlah pendapatan dan sumber pendapatan dapat dilihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan dan Sumber Pendapatan

No.	Jumlah Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1.	< Rp. 500.000	17	17%
2.	Rp.500.000-Rp.1.000.000	33	33%
3.	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	41	41%
4.	Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	2	2%
5.	> Rp.5.000.000	2	2%
6.	Belum ada/Belum bekerja	5	5%
Jumlah		100	100%
	Sumber Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1.	Orang Tua	58	58%
2.	Bekerja	38	38%
3.	Beasiswa	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner (2022)

Tabel 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan mahasiswa, diketahui mayoritas mahasiswa memiliki pendapatan sekitar Rp.2.000.000-Rp.3.000.000 sebanyak 41 mahasiswa, mahasiswa berpenghasilan Rp.500.000-

Rp.1.000.000 sebanyak 33 mahasiswa, mahasiswa yang memiliki penghasilan Rp.4000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 2 responden, mahasiswa memiliki penghasilan diatas Rp.5.000.000 sebanyak 2 responden, sedangkan mahasiswa yang memiliki penghasilan dibawah Rp.500.000 sebanyak 17 responden dan 5 mahasiswa menjawab belum memiliki penghasilan dikarenakan belum bekerja. Pendapatan mahasiswa mayoritas berasal dari orang tua yaitu sebanyak 58 responden, mahasiswa yang sumber pendapatan dari bekerja sebanyak 38 responden dan mahasiswa yang sumber pemasukan dari beasiswa sebanyak 4 responden.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Uang Elektronik yang Sering Digunakan

Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang sering digunakan, dikelompokkan menjadi dua yaitu *serve based* yang terdiri dari produk T-Cash, Gopay, Shopee Pay, Dana, OVO dan *chip based* yang terdiri dari TapCash BNI, Brizzi, E-Money Bank Mandiri, Flazz BCA dan lainnya yang dikeluarkan oleh pihak perbankan. Berikut Tabel 4.5 yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang sering digunakan.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan
Jenis Uang Elektronik yang Sering Digunakan

No.	Server Based	Frekuensi	Persentase
1.	Shopee Pay	27	27%
2.	Gopay	12	12%
3.	Dana	40	40%
4.	T-Cash	13	13%
5.	OVO	8	8%
Jumlah		100	100%
	Chip Based	Frekuensi	Persentase
1.	E-Money Bank Mandiri	18	18%
2.	Brizzi	13	13%
3.	TapCash BNI	34	34%
4.	Flazz BCA	10	10%
5.	Tidak Ada	25	25%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner (2022)

Tabel 4.5 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang sering digunakan oleh mahasiswa. Jenis uang elektronik dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu *server based* dan *chip based*. Pada bagian *server based* diketahui mayoritas mahasiswa lebih sering menggunakan Dana yaitu sebanyak 40 responden atau 40%, penggunaan Shopee Pay sebanyak 27 responden, lalu menggunakan T-Cash sebanyak 13 mahasiswa, penggunaan GoPay sebanyak 12 mahasiswa dan menggunakan OVO sebanyak 8 mahasiswa. Dari 100 responden semua responden menggunakan uang elektronik dalam bentuk *server based*, hal ini dikarenakan dalam penggunaannya tidak memerlukan kartu.

Pada karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang sering digunakan dalam bentuk *chip based*. Penggunaan uang elektronik ini menggunakan kartu. Berdasarkan penyebaran kuesioner diketahui bahwa penggunaan Tap Cash BNI sebanyak 34 responden, penggunaan E Money Bank Mandiri sebanyak 18 responden, penggunaan Brizzi sebanyak 13 responden, penggunaan Flazz BCA sebanyak 10 responden dan 25 responden menjawab tidak menggunakan uang elektronik jenis ini.

4.2 Deskriptif Tanggapan Responden

4.2.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel kemudahan dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kemudahan

No.	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Menurut saya uang elektronik mudah dipahami	4	-	5	54	37	100	4.2
2	Penggunaan aplikasi uang elektronik sangat mudah sehingga saya mampu melakukan sendiri tanpa bantuan orang lain	2	2	12	51	33	100	4.11
3	Saya merasa lebih mudah bertransaksi menggunakan kartu uang elektronik dibandingkan dengan uang tunai.	2	-	10	56	32	100	4.18

4	Saya tidak mengalami kesulitan selama bertransaksi menggunakan uang elektronik	1	4	15	43	37	100	4.11
5	Penggunaan uang elektronik tidak terbatas oleh waktu	1	3	18	49	29	100	4.02
6	Saya bertransaksi tanpa memerlukan banyak waktu dengan menggunakan uang elektronik	1	6	11	44	38	100	4.12
7	Sudah banyak outlet yang menerima pembayaran menggunakan uang elektronik	5	5	11	40	39	100	4.03
8	Pembayaran menggunakan uang elektronik sangat mudah	3	7	9	45	36	100	4.04
Rata-rata								32.81

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner ini. Rata-rata jawaban kuesioner ini sebesar 32,81. Pada pertanyaan pada variable ini mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju.

4.2.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel manfaat dapat dilihat pada Tabel 4.7

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Manfaat

No.	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Uang elektronik membuat saya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan	-	-	9	49	42	100	4.33
2	Secara keseluruhan menggunakan uang elektronik	-	-	15	45	40	100	4.25

	membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya							
3	Uang elektronik mudah dibawa kemana saja	-	-	8	50	42	100	4.34
4	Menggunakan uang elektronik saya tidak perlu menunggu uang kembalian.	-	2	15	49	34	100	4.15
5	Menggunakan uang elektronik transaksi membutuhkan waktu yang singkat.	-	-	20	50	30	100	4.10
6	Menggunakan uang elektronik tidak membutuhkan banyak usaha	-	2	13	55	30	100	4.13
7	Menggunakan uang elektronik memberikan manfaat bagi saya	-	2	16	40	42	100	4.22
Rata-rata							100	29.52

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa bahwa terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner ini. Rata-rata jawaban kuesioner ini sebesar 29,52. Pada pertanyaan pada variabel ini mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju.

4.2.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumtif dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif

No.	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Terkadang saya membeli produk secara spontan dan tidak direncanakan	-	1	20	43	36	100	4.14

2	Saya pernah berbelanja online hanya karena emosi sesaat tanpa berpikir panjang terlebih dahulu	-	2	23	38	37	100	4.10
3	Terkadang membeli produk hanya karena ingin bukan karena kebutuhan	-	-	20	51	29	100	4.09
4	Saya suka membeli produk yang sedang trend	-	2	21	44	33	100	4.08
5	Saat membeli produk saya biasanya lebih mempertimbangkan merek tanpa menimbang manfaatnya	-	3	20	47	30	100	4.04
6	Saya membeli produk yang sedang diskon karena takut kehabisan	-	-	22	54	24	100	4.02
7	Saya sering membeli produk yang tidak saya gunakan akhirnya	-	3	25	55	17	100	3.26
Rata-rata							100	28.33

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa bahwa terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner ini. Rata-rata jawaban kuesioner ini sebesar 28,33. Pada pertanyaan pada variabel ini mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju.

4.3 Hasil Pengujian Kuesioner

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel yang diisi oleh mahasiswa. Kemudian, data diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan ketepatan dan kecermatan suatu ukuran dalam suatu instrumen terhadap

konsep yang diteliti. Tujuan uji validitas adalah agar data yang diperoleh dapat digunakan dan hasil penelitian dapat di pertanggungjawabkan. Bila skala pengukuran tidak valid maka uji tersebut tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak dapat diukur (Kuncoro, 2013). Pengujian validitas ini menggunakan alat bantu yaitu SPSS versi 25. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil output (*Corrected Item Total Correlation*) dengan r_{tabel} . Jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid atau dengan kata lain soal dibuang atau tidak dilibatkan dalam penelitian.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X1.1	0,512	0,1966	Valid
X1.2	0,555	0,1966	Valid
X1.3	0,554	0,1966	Valid
X1.4	0,579	0,1966	Valid
X1.5	0,677	0,1966	Valid
X1.6	0,731	0,1966	Valid
X1.7	0,767	0,1966	Valid
X1.8	0,658	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel kemudahan diketahui bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} sebesar 0,1966 (N-2), sehingga diketahui nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai signifikan pada setiap item

sebesar 0,000 sehingga $\text{sig} < 0,05$. Hasil pengujian validitas pada variabel manfaat dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat

Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X2.1	0,603	0,1966	Valid
X2.2	0,427	0,1966	Valid
X2.3	0,590	0,1966	Valid
X2.4	0,556	0,1966	Valid
X2.5	0,630	0,1966	Valid
X2.6	0,690	0,1966	Valid
X2.7	0,599	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil uji validitas terhadap variabel manfaat dapat dilihat pada Tabel 4.10. Diketahui setiap item pertanyaan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dapat disimpulkan setiap item pertanyaan pada item ini dinyatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Y1	0,754	0,1966	Valid
Y2	0,717	0,1966	Valid
Y3	0,519	0,1966	Valid
Y4	0,726	0,1966	Valid
Y5	0,641	0,1966	Valid
Y6	0,621	0,1966	Valid
Y7	0,706	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil pengujian variabel perilaku konsumtif dapat dilihat pada Tabel 4.11. dapat lihat bahwa setiap itme pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pada variabel ini dinyatakan valid. Pada pengujian ini seluruh variabel lolos dalam uji validitas, sehingga pengujian ini dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang mengacu sejauh mana pengukuran dalam penelitian yang tanpa kesalahan dan akan menjamin pengukuran yang konsisten dalam instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam menentukan realiable atau tidak dapat digunakan batas nilai alpha 0,6 (Priyastama, 2017). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Kemudahan	0,783	Reliabel
2.	Manfaat	0,677	Reliabel
3.	Perilaku Konsumtif	0,796	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.12 diketahui nilai *cronbach's alpha* pada variabel kemudahan sebesar 0,783, nilai *cronbach's alpha* pada variabel manfaat sebesar 0,677 dan nilai

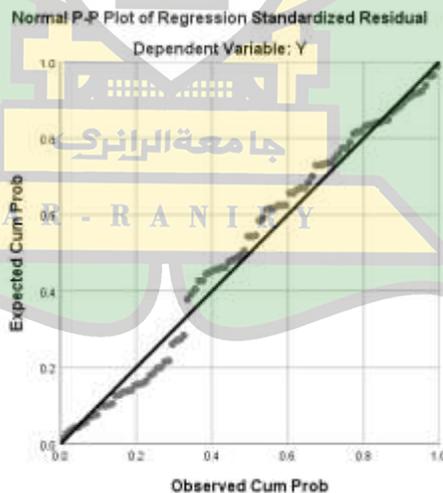
cronbach's alpha pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,796. Sehingga, dapat disimpulkan setiap variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov smirnov* dan grafik *probability plot*.

Gambar 4.1
Grafik Probability P-Plot



Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui titi-titik pada gambar mengikuti garis diagonal, sehingga dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Untuk memperkuat hasil ini maka peneliti juga melakukan uji *kolmogorov smirnov* pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36847553
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.074
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Diolah (2022)

Diketahui pada Tabel 4.13 hasil pengujian normalitas dengan *kolmogorov smirnov* didapatkan hasil nilai sig sebesar $0,184 > 0,05$. Sehingga data berdistribusi normal pada penelitian ini.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas dalam pembentukan sebuah model (persamaan) sangatlah tidak dianjurkan terjadi, karena hal itu akan berdampak kepada keakuratan

pendugaan parameter, dalam hal ini koefisien regresi, dalam memperkirakan nilai yang sebenarnya. Korelasi yang kuat antara variabel bebas dinamakan multikolinieritas (Iqbal, 2015). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan	0,888	1,126	Tidak terjadi multikolinieritas
Manfaat	0,888	1,126	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Diolah (2022)

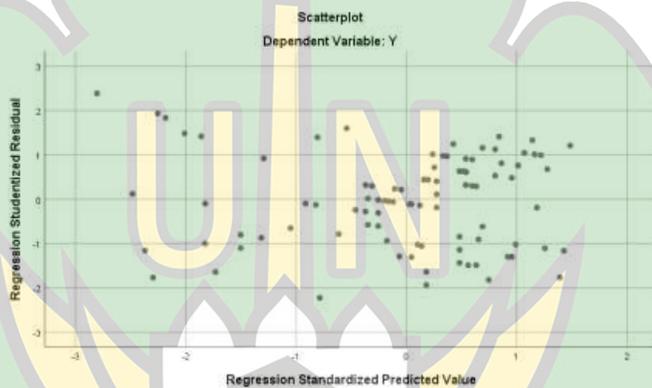
Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.14, diketahui nilai *tolerance* pada setiap variabel sebesar $0,888 > 0,10$ dan nilai VIF pada setiap variabel sebesar $1,126 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini seluruh variabel tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Suatu model yang baik adalah model yang memiliki varians dari setiap gangguan atau residualnya konstan. Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana asumsi tersebut tidak tercapai, dengan kata lain dimana adalah

ekspektasi dari eror dan adalah varians dari eror yang berbeda tiap periode waktu. Dampak adanya heteroskedastisitas adalah tidak efisiennya proses estimasi, sementara hasil estimasinya tetap konsisten dan tidak bias (Iqbal, 2015).

Gambar 4.2
Hasil Uji Scatterplot



Sumber: Data Diolah (2022)

Pada pengujian heteroskedastisitas dengan uji *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 4.2, diketahui titik-titik pada gambar menyebar dan tidak menumpuk pada satu tumbuh. Sehingga dapat dikatakan pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memperkuat hasil ini dapat dilihat pada Tabel 4.15

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kemudahan	0,149	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Manfaat	0,582	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil pengujian heteroskedatisitas dapat dilihat pada Tabel 4.15 diketahui nilai sig pada variabel kemudahan sebesar 0,149 dan variabel manfaat sebesar 0,582 hasil ini lebih besar dari 0,05. Sehingga pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedatisitas

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data terkumpul, selanjutnya data yang telah terkumpul tersebut dianalisis menggunakan teknik pengolahan data. Analisis yang dijabarkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Menurut Sugiyono (2017) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Hasil pengujian regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.16:

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.014	3.807		4.994	.000
	Kemudahan	.228	.081	.289	2.817	.006
	Manfaat	.063	.127	.051	.495	.622

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil uji regresi linear pada Tabel 4.16 di atas, maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 19,014 + 0,228 X_1 + 0,063 X_2 + e$$

Persamaan tersebut, mempunyai arti sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai positif sebesar 19,014, artinya tanpa adanya variabel kemudahan dan manfaat maka perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah sebesar 19,014.
2. Koefisien regresi pada variabel kemudahan uang elektronik bernilai positif sebesar 0,228 artinya apabila variabel kemudahan uang elektronik mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,227. Dengan perkiraan bahwa variabel lain ialah tetap.
3. Koefisien regresi pada variabel manfaat uang elektronik bernilai positif sebesar 0,063 artinya apabila variabel manfaat mengalami peningkatan, maka akan meningkatkan pula perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,063. Dengan perkiraan variabel lain ialah tetap.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.014	3.807		4.994	.000
	Kemudahan	.228	.081	.289	2.817	.006
	Manfaat	.063	.127	.051	.495	.622

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah

Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 4.17 di atas, sehingga diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan hasil pengujian hipotesis ialah:

1. Pada variabel kemudahan diketahui nilai koefisien bertanda positif sebesar 0,228 dengan t_{hitung} sebesar 2,817 $> t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah.
2. Pada variabel manfaat diketahui nilai koefisien bertanda positif sebesar 0,063 dengan t_{hitung} sebesar 0,495 $< t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,622 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat *financial technology* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara simultan (Sujarweni W. , 2015). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pada pengujian ini untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel kemudahan dan manfaat *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 4.18

Tabel 4.18
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.794	2	59.397	5.129	.008 ^b
	Residual	1123.316	97	11.581		
	Total	1242.110	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah (2022)

Pada Tabel 4.18 pada hasil pengujian simultan diketahui nilai f_{hitung} sebesar 5,129 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai f_{tabel} ialah 3,09 ($F_{tabel} = (2;n-k)$). dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan dan manfaat *financial technology* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Dikarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai sig>0,05.

4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran untuk mengetahui kesesuaian untuk ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel (Sujarweni,2015). Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model summary dan tertulis *Adjusted R Square*. Hasil penelitian ini dapat dilihat Tabel 4.19:

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.309 ^a	.096	.077	3.40302
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.19 yang mana diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,096. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas yakni kemudahan dan manfaat dalam menjelaskan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif sebesar 0,096 dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Pada penelitian ini dapat dikatakan lemah karena nilai koefisien determinasi sebesar 0,096 dibawah 0,19.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap

perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Objek dalam penelitian ini ialah penggunaan uang elektronik yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Responden pada penelitian ini ialah mahasiswa perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Ar-raniry Kota Banda Aceh. Pada penyebaran kuesioner didapatkan 100 mahasiswa yang mengisi kuesioner tersebut.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diketahui mahasiswa mengetahui keberadaan uang elektronik baik karena kebutuhan sehari-hari maupun karena pembelajaran ketika kuliah. Uang elektronik dibagi menjadi dua yaitu *server based* dan *chip based*. Mayoritas responden menggunakan kedua jenis uang elektronik tersebut, tetapi semua responden menggunakan *server based* dan 25 responden tidak menggunakan *chip based*. Penggunaan *server based* lebih mudah digunakan karena transaksi hanya menggunakan aplikasi dan jaringan internet tanpa kartu.

4.7.1 Variabel Kemudahan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kemudahan diketahui nilai koefisien bertanda positif sebesar 0,228 dengan t_{hitung} sebesar 2,817 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikan 0,00 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Koefisien regresi pada variabel kemudahan uang elektronik bernilai positif sebesar 0,228 artinya apabila

variabel kemudahan uang elektronik mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,227. Dengan perkiraan bahwa variabel lain ialah tetap.

Kemudahan berarti kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi itu perihal mudah, tidak menyusahkan, mudah dipelajari dan tidak memerlukan usaha yang besar pada saat digunakan (Nurdin, Azizah, & Rusli, 2020). Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih. Persepsi kemudahan juga merupakan variabel yang bisa meningkatkan kejelasan, pemahaman, serta fleksibilitas dalam menggunakan teknologi baru (Ong & Nuryasman, 2022). Adanya kemudahan memberikan pengaruh yang positif dalam menghasilkan inovasi, karena dapat memberikan kepercayaan diri bagi pengguna.

Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan teknologi apabila memiliki anggapan bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan dapat membantu penggunaanya (Wildan, 2019). Adanya kemudahan dalam menggunakan uang elektronik dapat memberikan dampak munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi (Fithri, 2018).

Dalam perkembangannya uang elektronik sudah menawarkan kemudahan dengan transaksi tanpa kartu dan

digunakan oleh seluruh responden penelitian ini, seperti OVO, Dana dan Shopee Pay. Penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan bagi seseorang dalam berinteraksi dengan menggunakan sistem teknologi informasi tersebut serta kemudahan untuk melakukan transaksi. Kemudahan ini nantinya akan memberikan efek keseringan belanja dikarenakan pembayarannya yang mudah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) bahwa kemudahan dalam penggunaan FinTech berpengaruh terhadap perilaku Konsumsi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Giswandhani dan Hilmi (2020) bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai merujuk pada dimensinya yaitu jelas dan mudah dipahami, tidak memerlukan pemikiran panjang, mudah digunakan, dapat dikendalikan, mudah menjadi terampil dan fleksibel terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar.

4.7.2 Variabel Manfaat Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel manfaat diketahui nilai koefisien bertanda positif sebesar 0,063 dengan t_{hitung} sebesar $0,495 < t_{tabel}$ sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,622 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat *financial technology* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa perbankan syariah. Pada variabel manfaat diketahui nilai koefisien bertanda positif sebesar 0,063 dengan t_{hitung} sebesar $0,495 < t_{tabel}$ sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,622 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat *financial technology* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah.

Jogiyanto dalam Kurniasari dan Priambodo (2018) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*) mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Manfaat merupakan suatu kegunaan yang dirasakan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Sebab karenanya juga akan menjadi terbentuknya suatu minat yang membuat masyarakat mau menggunakan produk uang elektronik (Fernos & Alfadino, 2021).

Suatu teknologi dapat digunakan apabila individu mengetahui manfaat yang ditimbulkan dari produk tersebut. Manfaat uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena berbelanja menggunakan uang elektronik dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi jual-beli di *e-commers*. Adanya saldo di *platform* uang elektronik dapat meningkatkan sifat pembelian

secara *impulsive*, yaitu pembelian yang dilakukan dengan spontanitas.

Manfaat merupakan suatu kegunaan yang dirasakan dapat membantu untuk tujuan yang menguntungkan. Dalam penelitian ini manfaat tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dikarenakan ada atau tidaknya manfaat uang elektronik masyarakat tetap menggunakannya tetapi tidak secara berlebihan. Perkembangan teknologi terutama dalam berbelanja memaksa masyarakat untuk menggunakan uang elektronik untuk melakukan transaksi ekonomi, dikarenakan penggunaannya lebih gampang dan diskon yang ditawarkan oleh *e-commers* dengan menggunakan uang elektronik seperti Shopee Pay, Go-Pay dan OVO lebih menarik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yahya (2021) bahwa uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Diploma tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. Berdasarkan penyebaran kuesioner dari 100 responden 2 diantaranya menjawab tidak setuju dengan pernyataan menggunakan uang elektronik tidak membutuhkan usaha dan 13 responden menjawab netral. Dan 2 responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan menggunakan uang elektronik memberikan manfaat bagi saya sedangkan 16 responden menjawab netral.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) bahwa manfaat dalam penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku Konsumsi

mahasiswa. Serta penelitian yang dilakukan oleh Noto, Anniza dan Tania Serenata (2019) bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh pembayaran dengan uang elektronik yang mudah digunakan. Secara umum, siapa pun akan memilih cara yang mudah dalam melakukan pembayaran.

4.7.3 Variabel Kemudahan dan Manfaat Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Pada hasil pengujian simultan diketahui nilai f_{hitung} sebesar 5,129 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai f_{tabel} ialah 3,09 ($F_{tabel} = (2;n-k)$). dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan dan manfaat *financial technology* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Dikarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kemudahan (x_1) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, variabel manfaat (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan secara bersama-sama variabel kemudahan (X_1) dan manfaat (X_2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pada pengujian determinasi penelitian ini tergolong lemah, koefisien determinasi sebesar 0,096. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas yakni kemudahan dan manfaat dalam menjelaskan variabel terikat yaitu perilaku

konsumtif sebesar 0,096 dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Perilaku konsumtif kecenderungan individu untuk membeli dan mengonsumsi barang-barang tanpa batas dan pertimbangan yang rasional ataupun mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan. Kemudahan dan manfaat *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Akram (2020) bahwa kemudahan dan manfaat dalam penggunaan *financial technology* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi R square (R^2) sebesar 0,096, dapat dikatakan bahwa kontribusi kemudahan uang elektronik memiliki pengaruh terhadap konsumtif dan manfaat memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif dapat menjelaskan varian variabel sebesar 9,6% sedangkan sisanya sebesar 90,4% dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya seperti yang tidak dimasukkan kedalam metode penelitian, faktor gaya hidup hedonis (Yahya, 2021) dan faktor uang elektronik (Insana dan Johan, 2020).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan 100 responden yang mengisi kuesioner yang telah dibagikan. Kemudian data diolah. Adapun persamaan regresi linear berganda ialah $Y = 19,014 + 0,228 X_1 + 0,063 X_2 + e$. kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Variabel kemudahan *financial technology* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Variabel manfaat *financial technology* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Variabel kemudahan dan manfaat *financial technology* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan ialah:

1. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang

lebih banyak dan menambahkan variabel-variabel yang belum diteliti pada penelitian ini, serta lokasi penelitian yang berbeda dengan sampel yang lebih banyak.

2. Saran Praktis

a. Bagi Pihak UIN Ar-Raniry

Kepada pihak UIN Ar-Raniry disarankan untuk mempromosikan penggunaan uang elektronik kepada mahasiswa.

b. Bagi Mahasiswa

Kemajuan teknologi menawarkan pembayaran yang lebih praktis dengan menggunakan uang elektronik. Semakin berkembangnya alat pembayaran yang efisien dan praktis diharapkan tidak menimbulkan sifat konsumtif yang melakukan pembelian berlebihan.

3. Saran Kebijakan

a. Perusahaan disarankan membuat batasan maksimal belanja agar mahasiswa terhindar dari belanja berlebihan.

b. Mahasiswa dalam berbelanja harusnya mengutamakan kebutuhan sehingga tidak memiliki perilaku konsumtif. Mahasiswa disarankan untuk memiliki gaya hidup sesuai dengan kemampuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, R. N. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Respository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ahyani, H., & Mahfud, M. (2021). Populasi Dan Teknik Sampel (Fenomena Pernikahan dibawah Umur Masyarakat 5.0 di Kota/Kabupaten X). *Researchgate*, 1-26.
- Aini, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH) (studi kasus pada mahasiswa FEBI IUN Raten Fatah Palembang). *Respository FEBI IUN Raten Fatah Palembang*.
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 269 – 283.
- Akram, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Efektivitas, Risiko, dan Tingkat Pendapatan Dalam Menggunakan FinTech Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti. *FEB-Usakti*.
- Amalia, F. (2016). Book Review: The Fintech Book: The Financial Technology Handbook For Investors, Entrepreneurs and Visionaries. *Journal of Indonesia Economic and Business*, 3(3).

- Anam, C. (2018). E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah. *Jurnal Qawanin*,2(1).
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbanka*, 2(2).
- Anggraini, R. (2021, 18 April 2022). *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat pada Era Ekonomi Digital*. Retrieved from <http://penulis.ukm.um.ac.id/pengaruh-social-media-influencer-terhadap-perilaku-konsumtif-masyarakat-pada-era-ekonomi-digital/>
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 5(1), 32-45.
- Anzelin, D. P. (2020). Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Pada masyarakat Kota Banda Aceh. *Respository UIN AR-Raniry Banda Aceh*.
- Asosiasi Penggunaan Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet Apjii 2019-2020 (Q2).
- Bank Indonesia*. (2009, April 13). Retrieved Juny 17, 2019, from [Bank Indonesia Web Site: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_111209.aspx](https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_111209.aspx)
- Bank Indonesia. (2016). *Surat edaran No.18/22/DKSP "Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital"*. Retrieved from https://www.bi.go.id/licensing/helps/SE_182116-Emoney.pdf

- Bank Indonesia. (2020, 18 April 2022). *Apa Itu Uang Eletronik*. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Bhilawa, L. (2010). *Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Chuang, & Li-Min. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective. *Taiwan: International Journal of Management and Administrative Sciences*.
- Dorfleitner, & Weber. (2017). *Fintech In Germany*. Berlin: Springer.
- DSN. (2017). Fatwa Dewan Syariah Nasional no 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.
- Enterprise, J. (2014). *SPSS untuk Pemula*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabanf Koto Baru Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 6(2).

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fithri, F. N. (2018). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Sma Negeri 1 Jetis Bantul Yogyakarta. *Jurnal Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, T. A. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pada Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara, 1(3)*.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2)*.
- Hadi, N. S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 55-67*.
- Haqiqi, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Jurnal of Sustainability Business Research, 11(1)*.

- Hetharie, J. A. (2012). Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon) . *Jurnal Manajemen Teknologi Neliti*, 11(3).
- Hiyanti, Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2019). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(03), 2019, 326-333.
- Insana, D. R., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI . *JABE: Journal of Applied Business and Economics* 7(2), 209-224.
- Iqbal, M. (2015). Regresi Data Panel (2) "Tahap Analisis". *Dosen Perbanas*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Khoiriyah, I., Kusumawati, D. A., & Indriasari, I. (2020). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FinTech) di Jawa tengah. *Satbility: Jurnal of Management dan Business*, 3(2).
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. jogjakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). Perceived Analysis of Usefulness and Easiness Toward Behavior Intention of Using Transportation Online Application On Students of Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Lonyka, T. (2021). Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Cybersex pada Mahasiswa yang Bermain

- Peran (Role Player) di Platform Sosial Media Twitter. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(3).
- Lutfiah, & Muhammad, H. K. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAK FKIP Universitas Tangjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11(3).
- Maengkom, A. F., Rotinsulu, T. O., & Mandej, D. (2022). Analisis Pengaruh Suku Bunga Acuan, Kecenderungan Konsumsi Masyarakat Dan Inklusivitas Keuangan Terhadap Permintaan Uang Elektronik Di Indonesia Periode 2011.1-2020.4. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* ,22(2).
- Margaretha, F. (2015). Dampak Elektronik Banking terhadap Kinerja Perbankan Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 514-524.
- Nanda, T. S., & Warsono, S. (2014). Analisi Resistensi Pengguna Dalam Implementasi Sistem Informasi. *Accounting and Business Information Sytems Journal*, 9(1).
- Nopirin. (1997). *Ekonomi Makro Cetakan Keempat*. Yogyakarta: BPEE.
- Noto, A. P., Anniza, A., & Serenata, S. D. (2019). Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Jurnal IDEAS DOI: 10.31219/osf.io/e73v5*.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, .2(2), 200-2222.

- Ong, V., & Nuryasman. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 516-524.
- Pambudi. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Jurnal Harmony Universitas Negeri Semarang*, 4(2).
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Jurnal Harmony* .4(2).
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang . *Jurnal JESP*, 7(1), 75-82.
- Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. (2020). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), DOI: <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>, 66-80.
- Pramanda, R. P., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2016). Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Kantor Pusat Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2).
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data dan Analisis Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa . *JESP*, 8(1), 1-8.

- Ramli, R. (2021). *Kompas.com*. Retrieved from BI Catat Transaksi Uang Elektronik Melonjak 42 Persen, Apa Pendorongnya?: <https://money.kompas.com/read/2021/04/21/082400626/bi-catat-transaksi-uang-elektronik-melonjak-42-persen-apa-pendorongnya->
- Rangkuti, F. (2009). *Menguur Efektifitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2).
- Sadewa, M. A., & Ariani, L. (2022). Pengaruh Gaya hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pandohop*, 2(1).
- Saksonova, S., & Marlino, I. K. (2017). Fintech as Financial Inovation-the possibilities and problems of Implementation. *European studies research journal*, 20(3).
- Saraswati, B. D., Maski, g., Kaluge, D., & Sakti, R. K. (2022). The Impact Of Financial Technology on Consumption Fuction of The Theory of Absolute Income Hypothesis: A Partial Adjusment Model Approach (The Indonesian Evidence). *Business: Theory and Practice* 23(1), <https://doi.org/10.3846/btp.2022.10789>, 109-116.
- Sari. (2021). Kebereadaan Uang Elektronik Pada Kehidupan Masyarakat. *EMBISS Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, 11(3), 271-278.

- Sari, F., & Dewi, H. K. (2018, 14 april 2022). *AXA Mandiri rangkul generasi milenial di hari asuransi nasional*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/axa-mandiri-rangkul-generasi-milenial-di-hari-asuransi-nasional>
- Sharon. (2020). *Belajar Data Science di Rumah*. Retrieved from *Macam-Macam Teknik Pengumpulan Data: Skala Pengukuran Data yang Dapat Kamu Implementasikan Setelah Melakukan Teknik Pengumpulan Data*: <https://www.dqlab.id/macam-macam-teknik-pengolahan-data-dalam-data-science>
- Siakad Ar-Raniry. (2021, oktober 24). Retrieved from Sistem Infomasi Akademikk: <https://siakad.ar-raniry.ac.id/prodi>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sujarweni, W. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Syifa, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Jurnal UIN Syarif Hidayatullah*.
- Tresnaatmaja, L. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat Kartu Debit dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Unika Soegijapranata Semarang*.

- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Yuridika*, 32(1), DOI : 10.20473/ydk.v32i1.4431.
- Wibowo, A. (2018). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FIntech). *Jurnal Ekonomi UIN Walisongo Semarang*.
- Wurangan, d. (2015). Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas SAM Ratungi yang Kost di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(2).
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1)
- Yanto, W., Baskoro, E., & Fitriani. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 11(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PENGARUH KEMUDAHAN DAN MANFAAT *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN AR-RANIRY)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada yang terhormat,

Mahasiswa/I Perbankan Syariah UIN AR-Raniry

Dalam rangka menyelesaikan studi perkuliahan, saya melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir pada program Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Saya:

Nama : Zafir Fakhrizal

NIM : 160603049

Fakultan/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan dan Manfaat *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Oleh sebab itu demi tercapainya penelitian

ini, saya mohon kesediaan mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya. Identitas dan jawaban yang telah diisi hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiannya. Atas waktu dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Zafir Fakhrizal

Petunjuk Pengisian

- a. Bacalah pernyataan satu persatu.
- b. Isilah pernyataan tersebut dengan jawaban yang sesuai dan isilah pernyataan pada identitas responden dengan cara memberikan tanda *check list* (√) pada kolom jawaban Anda.
- c. Setiap pernyataan pada kuesioner hanya ada satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

A. Identitas Responden

1. Nama :
(Boleh Kosong)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
3. Agama : Islam
 Lainnya _____
4. Asal Daerah (Kab) :
5. Suku :
6. Tahun masuk kuliah :
7. Status : Belum Kawin
 Kawin
 Lainnya _____
8. Sumber Pendapatan : Orang Tua
 Bekerja
 Beasiswa
9. Pendapatan sebulan : ≤ Rp 500.000
 Rp 500.000-Rp. 1.000.000
 Rp.2.000.000-Rp.3.000.000
 Rp.4.000.000-Rp.5.000.000
 > 6.000.000
10. Saya mengetahui apa itu *financial technology*
 Ya Tidak
11. Saya pernah bertransaksi menggunakan uang elektronik
 Ya Tidak

12. Frekuensi menggunakan uang elektronik (dalam sebulan)

1-2 kali 3-4 kali 5-6 kali > 6 kali

13. Saya menggunakan lebih dari satu produk uang elektronik

Ya Tidak

14. Produk uang elektronik yang sering digunakan

Server Based : T-Cash

Gopay

Shopee Pay

Dana

Lainnya _____

Chip Based : TapCash BNI

Brizzi

E-Money Bank Mandiri

Flazz BCA

Lainnya _____

B. Pengisian Kuesioner

Saudara/i dapat memberikan jawaban dengan tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Setiap pernyataan hanya ada satu pilihan jawaban, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Kemudahan (X_1)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Mudah dipelajari (<i>Easy to Learn</i>)						
1.	Menurut saya uang elektronik mudah dipahami					
2.	Penggunaan aplikasi uang elektronik sangat mudah sehingga saya mampu melakukan sendiri tanpa bantuan orang lain					
Kemudahan untuk berinteraksi						
3.	Anda merasa lebih mudah bertransaksi menggunakan kartu uang elektronik dibandingkan dengan uang tunai.					
4.	Saya tidak mengalami kesulitan selama bertransaksi menggunakan uang elektronik					
Fleksibel						
5.	Penggunaan uang elektronik tidak terbatas oleh waktu					
6.	Saya bertransaksi tanpa memerlukan banyak waktu dengan menggunakan uang elektronik					
Mudah digunakan (<i>Easy to Use</i>)						
7.	Sudah banyak outlet yang menerima pembayaran menggunakan uang elektronik					
8.	Pembayaran menggunakan uang elektronik sangat mudah					

Manfaat (X_2)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Meningkatkan kinerja (<i>job performance</i>)						
1.	Uang elektronik membuat saya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan					

2.	Secara keseluruhan menggunakan uang elektronik membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sesuai dengan keinginan saya					
Meningkatkan produktivitas (<i>productivity</i>)						
3.	Uang elektronik mudah dibawa kemana saja					
Meningkatkan efektivitas (<i>effectiveness</i>)						
4.	Menggunakan uang elektronik saya tidak perlu menunggu uang kembalian.					
5.	Menggunakan uang elektronik transaksi membutuhkan waktu yang singkat.					
Bermanfaat bagi individu (<i>usefulness</i>)						
6.	Menggunakan uang elektronik tidak membutuhkan banyak usaha					
7.	Menggunakan uang elektronik memberikan manfaat bagi saya					

1. Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Pemelian secara impulsive						
1.	Saya sering membeli produk secara spontan dan tidak direncanakan					
2.	Saya pernah berbelanja online hanya karena emosi sesaat tanpa berpikir panjang terlebih dahulu					
Pembelian secara tidak rasional						
3.	Saya pernah membeli produk hanya karena ingin bukan karena kebutuhan					
4.	Saya suka membeli produk yang sedang trend					
5.	Saat membeli produk saya biasanya lebih mempertimbangkan merek tanpa menimbang manfaatnya					
Pemborosan						
6.	Saya membeli produk yang sedang diskon karena takut kehabisan					
7.	Saya sering membeli produk yang tidak saya gunakan akhirnya					

Lampiran II

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Asal Daerah (Kabupaten/ Kota)	Suku	Tahun masuk kuliah	Status	Pendapatan sebulan	Server Based	Sumber Pendapatan	Chip Based
perempuan	Banda aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Langkat, Sumatera Utara	Jawa	2019	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Gopay	Orang Tua	Tidak Ada
laki-laki	Aceh Timur	Aceh	2017	Belum Kawin	> 6.000.000	Dana	Bekerja	Brizzi
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2016	Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Aceh Jaya	Aceh	2017	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Banda aceh	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Sinabang	Aceh	2016	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Dana	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2016	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Jaya	Aceh	2016	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Banda aceh	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Gopay	Bekerja	Tidak Ada
perempuan	Aceh Barat	Aceh	2019	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Tidak ada
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Meureudu	Aceh	2016	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Bekerja	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2019	Belum Kawin	Belum ada	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money

								Bank Mandiri
laki-laki	Nagan Raya	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	OVO	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	OVO	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Aceh Jaya	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Jaya	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Dana	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	Tidak Ada
laki-laki	Aceh Tengah	gayo	2019	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Singkil	Aceh	2021	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Gopay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh singkil	Aceh	2021	Belum Kawin	Belum bekerja	Gopay	Beasiswa	Tidak Ada
perempuan	Banda Aceh	aceh	2021	Belum Kawin	belum bekerja	T-Cash	Orang Tua	Tidak Ada
perempuan	Aceh Tengah	Gayo	2021	Belum Kawin	Belum bekerja	Gopay	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
laki-laki	Aceh Tengah	Aceh	2021	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	OVO	Bekerja	Tidak ada
perempuan	Aceh selatan	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	OVO	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Gayo Lues	Gayo	2021	Belum Kawin	Tidak ada	OVO	Orang Tua	Tidak ada

perempuan	Sumatra Utara	Minang	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	takengon, Aceh tengah	Gayo	2021	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Utara	Aceh	2021	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	Mobile banking Tidak Ada
laki-laki	aceh besar	aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Bireuen	Aceh	2018	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh besar	Aceh	2017	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Dana	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Aceh besar	Aceh	2017	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Shopee Pay	Bekerja	Tidak ada
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2017	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Beasiswa	Flazz BCA
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2017	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2019	Belum Kawin	≤ Rp 500.000	Gopay	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Aceh Utara	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	Dana	Bekerja	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Tengah	Gayo	2019	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Aceh Utara	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Bekerja	Brizzi
laki-laki	Aceh Tengah	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Langsa	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Bekerja	E-Money

								Bank Mandiri
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	T-Cash	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2016	Belum Kawin	> 6.000.000	T-Cash	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2018	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Gopay	Bekerja	Brizzi
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2016	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	T-Cash	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	T-Cash	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	OVO	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	OVO	Orang Tua	Tidak ada
laki-laki	Aceh Timur	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	OVO	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Bekerja	Flazz BCA
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Aceh Tengah	Gayo	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Bekerja	Brizzi
laki-laki	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Beasiswa	E-Money Bank Mandiri
perempuan	Sumatra	Karo	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Gopay	Orang Tua	TapCash BNI

	Utara							
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh tengah	Gayo	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Jaya	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Gopay	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Gopay	Orang Tua	TapCash BNI
perempuan	Aceh Barat	Aceh	2022	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	T-Cash	Orang Tua	Brizzi
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	Tidak ada
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Bekerja	Tidak ada
perempuan	Pidie	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Shopee Pay	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Banda aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Beasiswa	TapCash BNI
perempuan	Banda Aceh	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Dana	Orang Tua	Tidak ada
perempuan	pidie	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	Gopay	Bekerja	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Barat	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Bekerja	Tidak ada
laki-laki	Aceh Tamiang	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Dana	Orang Tua	TapCash BNI
laki-laki	Aceh Jaya	Aceh	2019	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Gopay	Orang Tua	Brizzi
perempuan	Bireuen	Aceh	2021	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	Shopee Pay	Bekerja	TapCash BNI
perempuan	Aceh Besar	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp 500.000-Rp. 1.000.000	T-Cash	Bekerja	Tidak ada
laki-laki	Banda Aceh	Aceh	2020	Belum Kawin	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	T-Cash	Orang Tua	Tidak ada

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Lampiran III

Hasil Penyebaran Kuesioner

1. Variabel Kemudahan (X1)

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	X1
4	4	4	4	3	5	4	4	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	4	5	4	3	2	5	5	31
4	3	4	5	5	4	3	4	32
3	4	3	3	4	3	3	3	26
3	4	4	4	3	4	3	4	29
3	4	5	4	3	4	4	4	31
4	4	3	3	3	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	5	4	4	3	3	4	5	32
4	5	5	5	5	4	1	2	31
4	4	3	3	3	4	4	5	30
5	4	4	4	4	4	1	1	27
5	4	3	3	4	3	3	3	28
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	3	4	4	4	4	3	3	29
4	5	5	4	4	4	4	5	35
4	4	4	3	4	3	5	5	32
4	3	4	4	3	4	4	4	31
5	5	5	2	4	5	5	4	35
4	5	4	3	4	4	4	5	33
4	5	5	4	3	4	4	4	33
4	4	5	4	4	3	5	2	31
5	5	5	5	4	4	4	3	35
4	5	5	4	5	4	4	4	35
5	5	3	3	4	3	4	5	32

5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	5	5	4	5	5	37
5	4	5	3	4	5	5	5	36
5	4	4	4	3	3	4	5	32
5	4	5	3	5	4	4	5	35
3	5	4	4	5	5	4	4	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	5	4	5	5	35
5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	3	5	4	4	4	5	5	34
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	5	5	4	5	5	36
5	3	5	5	4	5	4	4	35
5	5	5	4	5	4	4	5	37
4	3	4	5	5	4	5	4	34
5	4	5	5	4	4	5	5	37
5	3	5	5	5	4	5	4	36
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	3	5	5	4	5	4	4	35
5	5	4	4	5	4	4	3	34
5	4	5	5	4	5	5	4	37
4	3	4	5	3	5	5	4	33
5	5	4	5	5	4	5	5	38
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	4	4	5	5	5	5	4	36
4	4	4	4	5	4	5	4	34

4	4	3	3	4	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	4	5	4	4	35
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	4	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	5	5	4	5	4	35
4	5	4	4	4	5	4	4	34
4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	4	5	4	5	36
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	4	3	35
5	4	4	4	5	4	3	3	32
4	5	4	5	4	5	5	5	37
1	3	4	1	2	2	4	4	21
1	1	2	5	4	4	1	3	21

4	4	4	5	4	4	5	3	33
4	4	3	3	3	3	2	4	26
1	2	5	2	3	3	3	4	23
5	4	4	3	3	4	3	4	30
5	4	4	4	3	2	2	1	25
1	1	4	3	3	3	4	2	21
4	3	4	3	4	4	2	2	26
4	2	2	4	4	5	2	2	25
5	4	3	2	1	2	3	4	24
4	5	3	2	2	1	1	2	20
5	4	4	4	2	2	1	1	23
4	3	3	4	3	2	2	2	23

2. Manfaat *Financial Technology* (X2)

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	X2
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	3	5	3	27
4	5	4	4	4	4	3	28
3	4	5	4	3	2	4	25
4	3	4	5	5	4	5	30
3	4	3	3	4	3	4	24
3	4	4	4	3	4	4	26
3	4	5	4	3	4	5	28
4	4	3	3	3	3	2	22
4	4	4	4	4	4	5	29
4	5	4	4	3	3	5	28
4	5	5	5	5	4	3	31
4	4	3	3	3	4	5	26
5	4	4	4	4	4	4	29

5	4	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	3	4	5	28
4	3	4	4	4	4	5	28
4	5	5	4	4	4	5	31
4	4	4	3	4	3	4	26
4	3	4	5	3	4	4	27
5	5	5	2	4	5	4	30
4	5	4	3	4	4	5	29
4	5	5	4	3	4	5	30
4	4	5	4	4	3	5	29
5	5	5	5	4	4	5	33
4	5	5	4	5	4	5	32
5	5	3	3	4	3	4	27
5	5	5	4	5	5	4	33
5	4	4	5	5	4	4	31
5	4	5	3	4	5	4	30
5	4	4	4	3	3	4	27
5	4	5	3	5	4	5	31
3	5	4	4	5	5	4	30
5	5	5	4	5	5	5	34
5	4	4	3	5	4	5	30
5	5	5	4	4	5	5	33
4	4	4	4	4	4	5	29
4	3	5	4	4	4	4	28
4	5	5	5	4	5	5	33
4	4	4	5	5	4	4	30
5	3	5	5	4	5	5	32
5	5	5	4	5	4	5	33
4	3	4	5	5	4	4	29
5	4	5	5	4	4	5	32
5	3	5	5	5	4	4	31
5	5	4	5	5	5	4	33

5	3	5	5	4	5	4	31
5	5	4	4	5	4	5	32
5	4	5	5	4	5	4	32
4	3	4	5	3	5	4	28
5	5	4	5	5	4	5	33
4	5	4	4	5	5	4	31
4	4	5	4	5	5	4	31
5	5	5	4	4	5	4	32
4	3	4	4	5	4	3	27
5	4	4	4	5	5	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	4	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	4	5	4	5	4	31
5	5	5	4	5	4	4	32
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	5	4	4	4	5	30
5	4	5	5	4	4	5	32
4	4	4	5	4	4	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	5	4	4	4	30
5	5	4	5	4	5	5	33
4	5	4	5	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	4	4	4	29
4	4	4	4	3	5	5	29
4	5	4	4	4	4	5	30
3	4	5	4	3	2	5	26

4	3	4	5	5	4	5	30
3	4	3	3	4	3	4	24
3	4	4	4	3	4	4	26
3	4	5	4	3	4	3	26
4	4	3	3	3	3	3	23
5	3	5	5	5	4	4	31
5	5	4	5	5	5	4	33
5	3	5	5	4	5	4	31
5	5	4	4	5	4	5	32
5	4	4	4	4	4	3	28
5	4	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	3	4	3	26
4	3	4	4	4	4	3	26
4	5	5	4	4	4	3	29
4	4	4	3	4	3	2	24
4	3	4	5	3	4	3	26
5	5	5	2	4	5	3	29
4	5	4	3	4	4	3	27
4	5	5	4	3	4	5	30
4	4	5	4	4	3	3	27

3. Perilaku Konsumtif (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
4	4	4	4	4	3	5	28
4	4	5	4	4	4	4	29
3	3	4	5	4	3	2	24
4	4	3	4	5	5	4	29
3	3	4	3	3	4	3	23
3	3	4	4	4	3	4	25
3	3	4	5	4	3	4	26
4	4	4	3	3	3	3	24

4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	4	3	3	27
4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	4	3	3	3	4	25
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	4	3	3	4	3	27
4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	5	5	4	4	4	30
4	4	4	4	3	4	3	26
4	4	3	4	5	3	4	27
5	5	5	5	2	4	5	31
4	4	5	4	3	4	4	28
4	4	5	5	4	3	4	29
4	4	4	5	4	4	3	28
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	5	5	4	5	4	31
5	5	5	3	3	4	3	28
5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	4	4	5	5	4	32
5	5	4	5	3	4	5	31
5	5	4	4	4	3	3	28
5	5	4	5	3	5	4	31
3	3	5	4	4	5	5	29
5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	4	4	3	5	4	30
5	5	5	5	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	5	4	4	4	28
4	4	5	5	5	4	5	32
4	4	4	4	5	5	4	30
5	5	3	5	5	4	5	32

5	5	5	5	4	5	4	33
4	4	3	4	5	5	4	29
5	5	4	5	5	4	4	32
5	5	3	5	5	5	4	32
5	5	5	4	5	5	5	34
5	5	3	5	5	4	5	32
5	5	5	4	4	5	4	32
5	5	4	5	5	4	5	33
4	4	3	4	5	3	5	28
5	5	5	4	5	5	4	33
5	5	5	5	5	4	4	33
5	4	4	5	4	4	4	30
4	5	5	4	5	4	5	32
5	5	5	4	5	5	4	33
5	5	5	5	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	4	31
4	4	4	2	4	4	3	25
3	4	3	4	3	3	3	23
3	4	4	3	4	3	4	25
3	3	4	3	4	4	3	24
3	3	4	3	4	4	4	25
3	3	3	4	3	4	3	23
3	4	4	4	4	4	3	26
4	4	4	4	4	5	4	29
3	3	3	4	4	4	4	25
3	3	4	4	4	4	4	26
5	5	4	4	4	4	4	30
3	4	4	4	4	4	3	26
4	5	4	4	5	4	4	30
4	4	4	5	5	4	4	30
5	5	4	4	5	4	3	30
4	5	4	4	4	4	5	30

4	5	4	4	5	5	4	31
3	3	4	4	4	4	4	26
4	5	3	4	3	3	3	25
4	4	4	3	3	3	3	24
3	3	4	4	4	4	4	26
4	4	3	3	3	4	3	24
4	3	3	3	3	4	4	24
4	3	4	3	3	4	3	24
4	3	4	4	4	4	4	27
3	3	4	3	4	4	4	25
3	4	5	4	5	4	4	29
5	3	5	5	5	4	4	31
5	5	4	5	5	5	4	33
5	3	5	5	4	5	4	31
5	5	4	4	5	4	5	32
4	4	3	3	3	3	2	22
3	3	3	3	4	3	3	22
4	4	3	2	4	4	3	24
2	2	3	3	3	4	3	20
3	2	4	3	2	3	3	20
4	3	3	3	3	4	3	23
4	4	4	3	4	3	4	26
4	3	4	3	2	3	2	21
4	4	5	3	4	3	3	26
5	3	5	5	5	4	4	31
5	5	4	5	5	5	4	33
5	3	5	5	4	5	4	31
5	5	4	4	5	4	5	32

Lampiran IV

Hasil Olah Data

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.456**	.160	.224*	.290*	.241*	.156	.119	.512*
	Sig. (2-tailed)		.000	.112	.025	.003	.016	.121	.240	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.456*	1	.245*	.093	.244*	.209*	.264*	.330*	.555*
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.356	.015	.037	.008	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.160	.245*	1	.269**	.260*	.307*	.429*	.268*	.554*
	Sig. (2-tailed)	.112	.014		.007	.009	.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.224*	.093	.269*	1	.471*	.508*	.275*	.121	.579*
	Sig. (2-tailed)	.025	.356	.007		.000	.000	.006	.229	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.290*	.244*	.260*	.471**	1	.578*	.384*	.230*	.677*
	Sig. (2-tailed)	.003	.015	.009	.000		.000	.000	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.241*	.209*	.307*	.508**	.578*	1	.454*	.374*	.731*
	Sig. (2-tailed)	.016	.037	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.156	.264**	.429*	.275**	.384*	.454*	1	.699*	.757*
	Sig. (2-tailed)	.121	.008	.000	.006	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.119	.330**	.268*	.121	.230*	.374*	.699*	1	.658*
	Sig. (2-tailed)	.240	.001	.007	.229	.022	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.512*	.555**	.554*	.579**	.677*	.731*	.757*	.658*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	8

Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.198*	.198*	.150	.444*	.398*	.156	.603**
	Sig. (2-tailed)		.048	.048	.135	.000	.000	.121	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.198*	1	.127	-.111	.174	.178	.192	.427**
	Sig. (2-tailed)	.048		.208	.270	.084	.076	.055	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.198*	.127	1	.303*	.198*	.358*	.299*	.590**
	Sig. (2-tailed)	.048	.208		.002	.048	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.150	-.111	.303*	1	.241*	.347*	.289*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.135	.270	.002		.016	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.444*	.174	.198*	.241*	1	.340*	.197*	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000	.084	.048	.016		.001	.049	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.398*	.178	.358*	.347*	.340*	1	.221*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.076	.000	.000	.001		.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.156	.192	.299*	.289*	.197*	.221*	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	.121	.055	.002	.004	.049	.027		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

X2	Pearson Correlation	.603*	.427*	.590*	.556*	.630*	.690*	.599*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Manfaat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	7

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.731*	.317*	.434*	.274*	.382*	.363*	.754*
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.006	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.731*	1	.195	.346*	.336*	.303*	.379*	.717*
	Sig. (2-tailed)	.000		.051	.000	.001	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.317*	.195	1	.336*	.140	.251*	.265*	.519*
	Sig. (2-tailed)	.001	.051		.001	.165	.012	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.434*	.346*	.336*	1	.417*	.355*	.498*	.726*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.274*	.336*	.140	.417*	1	.336*	.468*	.641*
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.165	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.382*	.303*	.251*	.355*	.336*	1	.353*	.621*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.012	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

Y7	Pearson Correlation	.363*	.379*	.265*	.498*	.468*	.353*	1	.706*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.754*	.717*	.519*	.726*	.641*	.621*	.706*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

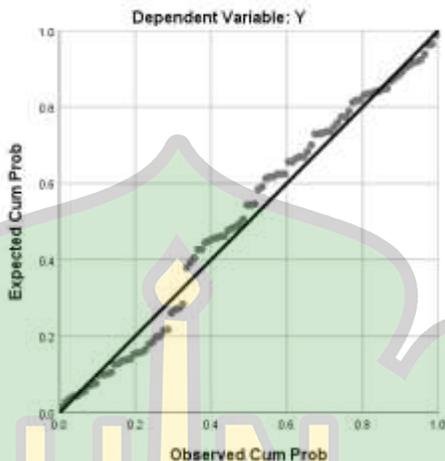
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36847553
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.074
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Multikolinieritas

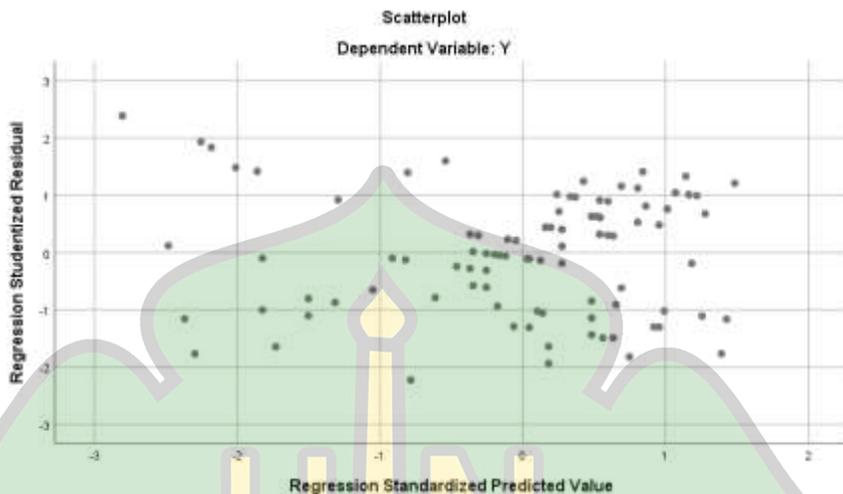
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.014	3.807		4.994	.000		
	X1	.228	.081	.289	2.817	.006	.888	1.126
	X2	.063	.127	.051	.495	.622	.888	1.126

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.774	2.073		1.821	.072
	X1	-.064	.044	-.155	-1.454	.149
	X2	.038	.069	.059	.552	.582

a. Dependent Variable: res2



Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.309 ^a	.096	.077	3.40302

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.014	3.807		4.994	.000
	X1	.228	.081	.289	2.817	.006
	X2	.063	.127	.051	.495	.622

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.794	2	59.397	5.129	.008 ^b
	Residual	1123.316	97	11.581		
	Total	1242.110	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
X1.1	100	1.00	5.00	4.2000	.86457	
X1.2	100	1.00	5.00	4.1100	.83961	
X1.3	100	2.00	5.00	4.1800	.68726	
X1.4	100	1.00	5.00	4.1100	.87496	
X1.5	100	1.00	5.00	4.0200	.82853	
X1.6	100	1.00	5.00	4.1200	.90207	
X1.7	100	1.00	5.00	4.0300	1.07736	
X1.8	100	1.00	5.00	4.0400	1.00423	
X1	100	20.00	39.00	32.8100	4.49173	
Valid N (listwise)	100					

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
X2.1	100	3.00	5.00	4.3300	.63652	
X2.2	100	3.00	5.00	4.2500	.70173	
X2.3	100	3.00	5.00	4.3400	.62312	
X2.4	100	2.00	5.00	4.1500	.74366	
X2.5	100	3.00	5.00	4.1000	.70353	
X2.6	100	2.00	5.00	4.1300	.70575	
X2.7	100	2.00	5.00	4.2200	.78599	
X2	100	22.00	35.00	29.5200	2.86561	
Valid N (listwise)	100					

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	2.00	5.00	4.1400	.76568
Y2	100	2.00	5.00	4.1000	.82266
Y3	100	3.00	5.00	4.0900	.69769
Y4	100	2.00	5.00	4.0800	.78727
Y5	100	2.00	5.00	4.0400	.79035
Y6	100	3.00	5.00	4.0200	.68135
Y7	100	2.00	5.00	3.8600	.72502
Y	100	20.00	34.00	28.3300	3.54211
Valid N (listwise)	100				

