

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FINANSIAL
TEKNOLOGI BERBASIS *E-MONEY* TERHADAP MINAT
BELANJA DALAM TINJAUAN *MAQASHID SYARIAH***



Disusun Oleh:

**ANDINI ULYA
NIM. 180602161**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andini Ulya
NIM : 180602161
Program Studi : Ekonomi 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, 28 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Andini Ulya
Andini Ulya

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis E-Money Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)

Diajukan Oleh:

Andini Ulya
NIM. 180602161

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

Pembimbing I,



Dr. H. Muhammad Zulhilmi, MA
NIP. 197204282005011003

Pembimbing II,



Rina Desiana, ME
NIP. 199112102019032018

Mengetahui
Ketua Prodi,



Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 1971031172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

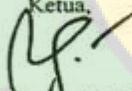
Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)

Andini Ulya
NIM. 180602161

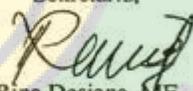
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 21 Juli 2022 M
Dzulqa'dah 1443 H

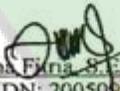
Ketua,


Dr. H. Muhammad Zuhilmi, MA
NIP. 197204282005011003

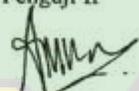
Sekretaris,


Rina Desiana, MF
NIP. 199112102019032018

Penguji I,


Ans Fikra, S.P., M. Sc
NIDN: 2005049002

Penguji II


Dara Amanatillah, M. Sc. Fin.
NIDN: 2022028705

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


Dr. Zaki Fuad, M. Agt
NIP. 196403141992031003



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 : Andini Ulya
NIM : 180602161
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail : andiniulya02@gmail.com

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak beban Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, 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 : 13 November 2022

Mengetahui:

Penulis

Andini Ulya
NIM. 180602161

Pembimbing I

Dr. H Muhammad Zulhilmi, MA
NIP.197204282005011003

Pembimbing II

Rina Desiana, ME
NIP.199112102019032018

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)”. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Saw, yang telah mendidik dan menjadikan kita sebagai insan yang berakhlak mulia dan taat kepada Allah SWT.

Penelitian ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata-1 Program Studi Ekonomi Syari'ah di Fakultas Ekonomi dan Biisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun dengan adanya bantuan dari berbagai pihak *alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.Si, MA selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Hafiiz Maulana, S.P.,S.H.I.,M.E selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. H. Muhammad Zulhilmi, MA selaku pembimbing I dan Rina Desiana, ME selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Ana Fitria, S.E.,M.Sc sebagai penguji I dan Dara Amanatillah. M.Sc. Fin sebagai penguji II. Terimakasih atassarah dan masukanannya yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Penasehat Akademik (PA) Jalaluddin, ST., M.A serta seluruh dosen-dosen dan para staf yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.
7. Orang tua tercinta, Ayahnda Anisyirwan dan Ibunda Hafnidar. Terima kasih Ayah dan Mamak atas segala do'a, cinta, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, motivasi, semangat dan dukungan serta senantiasa berada disisi penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syari'ah. Semoga penulis dapat meraih ridho Allah Swt, ridho Ayah Mamak dan dapat membanggakan serta

membahagiakan Ayah dan Mamak. Untuk Putri Amalia Nisa, selaku saudara kandung penulis, terima kasih karena telah memberikan semangat, dukungan serta canda tawa kepada penulis. Semoga kita berdua dapat membahagiakan dan membanggakan kedua orang tua kita aamiin.

8. Sahabat-sahabatku Anisah Fauqa Nurin, Sitti Annisa, Noratuddini, dan Annisaul Ula. Terima kasih atas kebersamaan yang telah kita lalui, suka duka, canda tawa, serta segala rintangan yang telah kita hadapi semenjak dari *Islamic Boarding School* sampai saat ini. Semoga kita selalu saling mendo'akan dalam kebaikan dan dapat membanggakan orang tua kita serta semoga persahabatan ini sampai ke surganya Allah Swt. *We have so many beautiful memories.*
9. Shinta Novita, Nadia Ulfa, Ulfa Husniar dan Muliawan, selaku sahabat penulis semenjak SMP. Terima kasih karena telah menjadi sahabat yang selalu ada bagi penulis dalam suka maupun duka. Semoga persahabatan kita terjaga selamanya.
10. Dessy Sri Ramadhani, Intan Ainaya Putri, Anisatur Rifka, Putri Nazhifa Farahdina, dan Puja Amelia selaku sahabat penulis dari awal perkuliahan. Terima kasih atas berbagai pengalaman dan rintangan yang telah kita lalui selama 8 semester ini. Semua canda tawa, suka cita dan tingkah laku yang selalu membuat penulis tertawa riang. Terima kasih atas

segala semangat dan dukungannya, semoga persahabatan ini terjaga selamanya.

11. Teman-teman Ekonomi Syari'ah FEBI 2018 yang sangat baik dan saling membantu dalam banyak hal, terima kasih atas ilmunya dan semoga sukses.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya mempunyai banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dari pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 21 Juli 2021
Penulis,

(Andini Ulya)

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 | T |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Z |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ' |
| 4 | ث | Š | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | H | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ž | 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 | Š | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | D | | | |

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 beru 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 bergabung antara harkat dan huruf, transliterasin gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌ِ يَ | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| ◌ِ وَ | <i>Fathah dan waw</i> | Au |

Contoh:

Kaifa: كيف

Haul: هؤل

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 / اِ ي | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā |
| اِ ي | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i> | Ī |
| اِ ي | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i> | Ū |

Contoh:

قال :*Qaala*

رمى :*Rama*

قيل :*Qiila*

يقول :*Yaquulu*

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:

Raudatul Al-Athfal/ Raudatul Athfal: روضة الأطفاف
Al-Madinatul Munawwarah Al-Madinah: المدينة المنورة
Al-Munawwarah

Talhah: طلحة

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Andini Ulya
NIM : 180602161
Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. H. Muhammad Zulhilmi, MA
Pembimbing II : Rina Desiana, ME

Minat belanja mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh tentu dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal. Tinggi rendahnya minat belanja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah literasi keuangan dan finansial teknologi berbasis *e-money* dapat mempengaruhi minat belanja terhadap mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif, dimana sampel yang diambil sebanyak 88 responden yaitu mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu mengedarkan kuesioner melalui *google form*. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari analisis secara parsial dan simultan pengaruh literasi keuangan dan finansial elektronik berbasis *e-money* berpengaruh terhadap minat belanja dengan nilai signifikansinya masing-masing variabel sebesar 0,000 dan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji R^2 pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 74,4% sedangkan sisanya 25,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Penggunaan kartu pembayaran elektronik ini merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Finansial Teknologi, Electronic Money , Minat Belanja, Maqashid Syariah.*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| KATA PENGANTAR | iv |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN | ix |
| ABSTRAK..... | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Sistematika Pembahasan..... | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 12 |
| 2.1 Literasi Keuangan..... | 12 |
| 2.1.1 Indikator Literasi Keuangan..... | 14 |
| 2.1.2 Manfaat Literasi Keuangan..... | 14 |
| 2.2 Finansial Teknologi..... | 15 |
| 2.3 Konsep <i>E-Money</i> dalam Islam..... | 17 |
| 2.3.1 Pengertian uang..... | 17 |
| 2.3.2 Pengertian <i>E-Money</i> | 18 |
| 2.3.3 Indikator <i>E-Money</i> | 20 |
| 2.3.4 Dasar Hukum <i>E-Money</i> | 21 |
| 2.3.5 Macam-macam Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)..... | 23 |
| 2.3.6 Jenis-Jenis Transaksi <i>E-Money</i> | 26 |
| 2.3.7 Kelebihan dan Kekurangan <i>E-money</i> | 27 |
| 2.4 Minat Belanja..... | 28 |
| 2.4.1 Indikator Minat Belanja..... | 30 |
| 2.5 <i>Maqashid Syariah</i> | 30 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.5.1 | Tingkatan Maqashid syariah..... | 32 |
| 2.5.2 | Unsur-Unsur Maqashid syariah..... | 34 |
| 2.6 | Penelitian Terkait..... | 38 |
| 2.7 | Keterkaitan Antar Variabel..... | 51 |
| 2.7.1 | Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja..... | 51 |
| 2.7.2 | Pengaruh <i>E-Money</i> Terhadap Minat Belanja | 52 |
| 2.8 | Kerangka Pemikiran | 53 |
| 2.9 | Hipotesis Penelitian | 53 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 55 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 55 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 55 |
| 3.3 | Operasional Variabel Penelitian | 57 |
| 3.3.1 | Variabel bebas atau X (<i>Independent variabel</i>)..... | 57 |
| 3.3.2 | Variabel terikat atau Y (<i>Dependent Variabel</i>)..... | 58 |
| 3.4 | Sumber Data | 60 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 60 |
| 3.5.1 | Kuisisioner | 60 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 62 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 62 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas..... | 62 |
| 3.7 | Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 3.7.1 | Uji Normalitas | 63 |
| 3.7.2 | Uji Multikolinieritas | 63 |
| 3.7.3 | Uji Heteroskedastisitas | 64 |
| 3.7.4 | Analisis Regresi Linear Berganda | 64 |
| 3.8 | Uji Hipotesis..... | 65 |
| 3.8.1 | Uji Parsial (T)..... | 65 |
| 3.8.2 | Uji Simultan (F)..... | 66 |
| 3.8.3 | Koefisien Determinasi (R^2) | 66 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 68 |
| 4.1 | Gambaran Umum Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar Raniry | 68 |
| 4.1.1 | Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry..... | 68 |
| 4.2 | Analisis Statistik Deskriptif..... | 69 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif Responden | 69 |

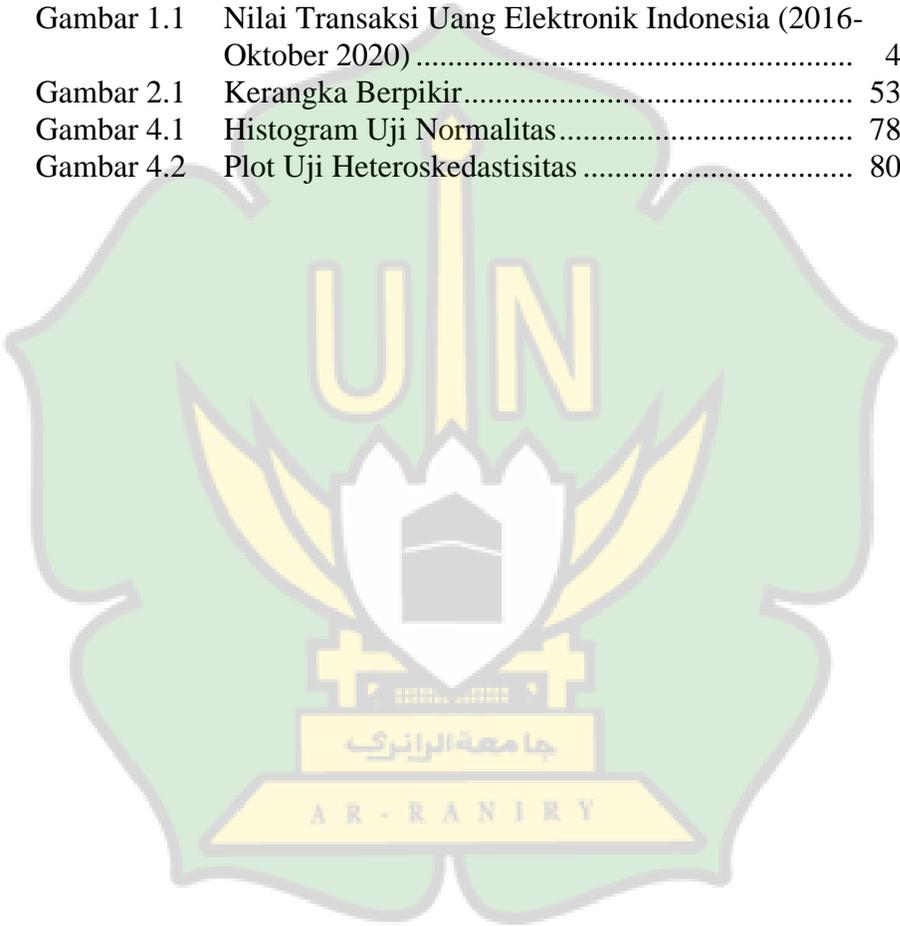
| | |
|---|-----------|
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel | 71 |
| 4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 74 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 74 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 75 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 76 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 76 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas | 78 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas | 79 |
| 4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 81 |
| 4.5 Uji Hipotesis | 83 |
| 4.5.1 Uji Parsial (Uji T)..... | 83 |
| 4.5.2 Uji Simultan (Uji F)..... | 85 |
| 4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2) | 86 |
| 4.6 Pembahasan Penelitian | 87 |
| 4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif <i>Maqashid Syariah</i> | 88 |
| 4.6.2 Pengaruh <i>E-Money</i> Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif <i>Maqashid syariah</i> | 89 |
| 4.6.3 Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berdasarkan <i>E-Money</i> Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif <i>Maqashid Syariah</i> | 90 |
| BAB V PENUTUP | 92 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 92 |
| 5.2 Saran | 93 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 2.1 | Penelitian Terkait | 44 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel | 59 |
| Tabel 3.2 | Skala Likert | 61 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 70 |
| Tabel 4.2 | Hasil Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan..... | 71 |
| Tabel 4.3 | Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Monev</i> ... y | 72 |
| Tabel 4.4 | Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat Belanja..... | 73 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas | 74 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Reliabilitas | 76 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Normalitas | 77 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Multikolinearitas | 79 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 81 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Parsial (T) | 84 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Simultan (F) | 86 |
| Tabel 4.12 | Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... | 87 |

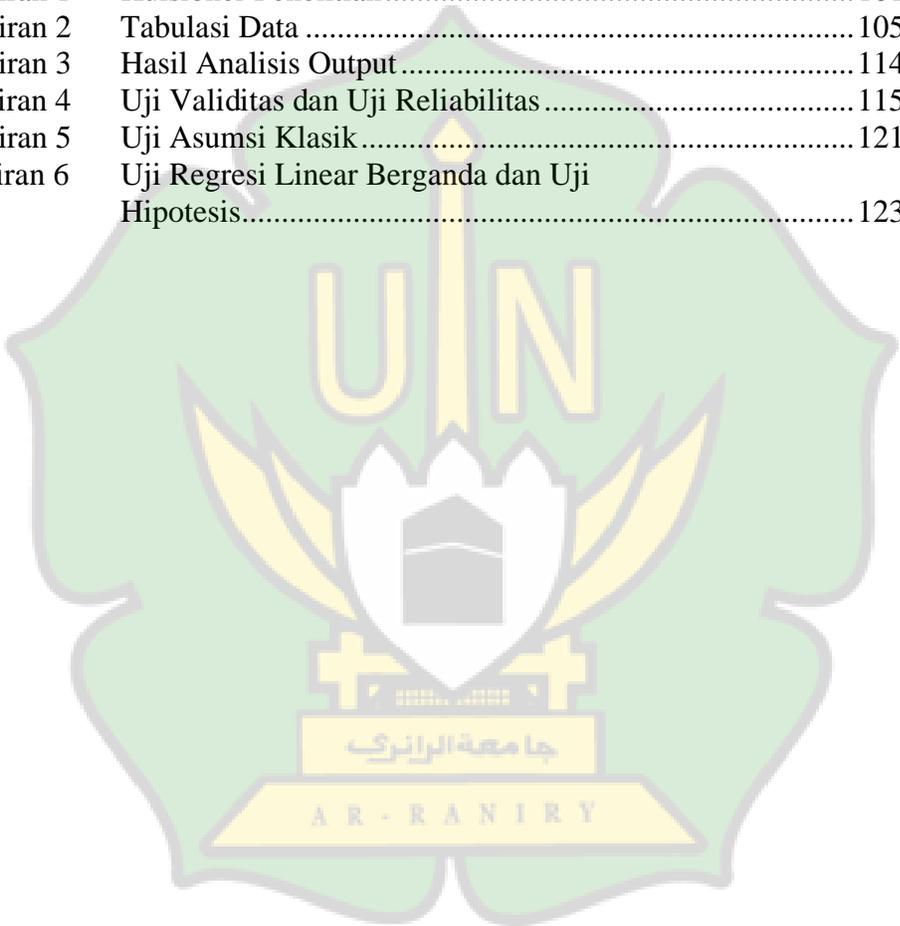
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia (2016- Oktober 2020) | 4 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir..... | 53 |
| Gambar 4.1 | Histogram Uji Normalitas..... | 78 |
| Gambar 4.2 | Plot Uji Heteroskedastisitas | 80 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|--|-----|
| Lampiran 1 | Kuisisioner Penelitian..... | 101 |
| Lampiran 2 | Tabulasi Data | 105 |
| Lampiran 3 | Hasil Analisis Output | 114 |
| Lampiran 4 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 115 |
| Lampiran 5 | Uji Asumsi Klasik..... | 121 |
| Lampiran 6 | Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis..... | 123 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang lebih cepat akan memungkinkan lembaga keuangan berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Karena dengan peran lembaga keuangan yang berbeda menjadikan setiap lembaga keuangan umumnya menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan. Sehingga masyarakat perlu memahami manfaat dan risikonya, serta meyakini bahwa pelaksanaan edukasi keuangan di masyarakat sangat perlu ditingkatkan jika produk jasa keuangan yang digunakan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Purba, 2020).

Di era digital saat ini, mengharuskan masyarakat untuk cerdas, dapat memanfaatkan kemudahan dan keefektifan dalam berinteraksi. Berbagai inovasi digital di berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat juga turut andil dalam perkembangan zaman yang semakin modern. Salah satu kecerdasan yang harus dimiliki oleh masyarakat modern adalah kecerdasan dalam finansial, yaitu kecerdasan untuk mengelola aset keuangan pribadi. Pengetahuan keuangan dan keterampilan mengelola keuangan pribadi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan (*Financial Literacy*) merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu sering kali dihadapkan pada

trade off. *Trade off* tersebut merupakan situasi ketika seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Hal ini tentunya membuat masyarakat harus menyadari akan pentingnya dari literasi keuangan. Dan literasi keuangan merupakan kesadaran keuangan dan wawasan mengenai produk-produk keuangan, serta konsep mengenai keterampilan dalam mengelola keuangan dan lembaga keuangan (Alawi, Asih, & Sobana, 2020).

Dengan berkembangnya bisnis *financial technology* (*fintech*) juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan yang bergerak di sektor keuangan digital. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik (*e-money*). Seperti munculnya *e-money* akan memungkinkan masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai (Rifi'ah, 2019). Adanya *E-Money* dilatarbelakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Republik Indonesia. *E-Money* sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro. Beberapa perusahaan *fintech* yang menawarkan *payment gateway* yang dikenal di kalangan mahasiswa yaitu sistem pembayaran pada Gojek, OVO, Shopee, Dana, dan lain-lain.

Perkembangan bisnis *fintech* dilatarbelakangi juga oleh perkembangan digital saat ini seperti *smartphone*, banyaknya

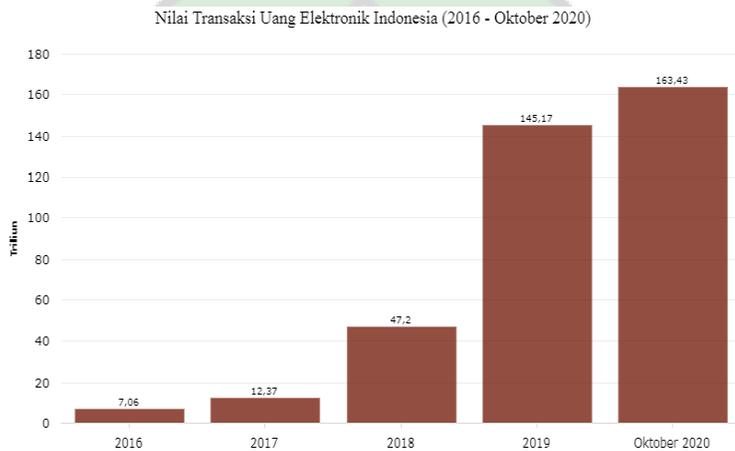
berbagai manfaat seperti kemudahan berkomunikasi dan mencari informasi, para pengguna *smartphone* juga bisa mengunduh aplikasi tambahan yang dapat mempermudah dalam memenuhi kebutuhan lain dari penggunanya. Salah satu aplikasi yang dapat diunduh dan digunakan yaitu *e-commerce*. Penggunaan internet untuk transaksi bisnis sudah dianggap sebagai suatu hal yang penting, dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah pengusaha yang menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnis perusahaannya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam rangka mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran. Penetapan penggunaan alat pembayaran ini dimaksudkan agar alat pembayaran yang digunakan dalam masyarakat memenuhi persyaratan keamanan dan efisiensi bagi penggunanya. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronik (*Electronic Payment*).

Bank Indonesia juga mencatat pertumbuhan nilai transaksi uang elektronik di Indonesia dari 2016 hingga Oktober 2020 mencapai 478,7%. Pertumbuhan transaksi tertinggi terjadi pada 2019 yang mencapai 207,6% dari 2018. Secara akumulasi, nilai transaksi elektronik sepanjang Januari-Oktober 2020 sebesar Rp

163,43 triliun. Nilai tersebut melampaui nilai akumulasi transaksi sepanjang 2019 yang sebesar Rp 145,17 triliun.

Gambar 1.1
Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia (2016-Oktober 2020)



Sumber: Bank Indonesia (2021)

Peneliti dapat mengambil kesimpulan, melalui grafik nilai transaksi uang elektronik atau disebut juga *e-money* di Indonesia dari tahun 2016 sampai dengan Oktober 2020 dapat dijelaskan bahwasannya penggunaan *e-money* di Indonesia meningkat setiap tahunnya tanpa adanya penurunan. Artinya, semakin berkembangnya zaman maka semakin bertambahnya pengetahuan manusia.

Di Indonesia ada beberapa jenis *e-commerce* yang menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran dalam

bertransaksi, seperti OVO, Shopee, Dana, Go-pay, dsb. Menurut Chief Lembaga Riset Telematika Sharing Vision Dimitri Mahayana, berdasarkan hasil survey tersebut Go-pay menempati peringkat pertama sebagai *e-money* yang paling banyak digunakan, dipilih 81% responden. Posisi kedua ditempati OVO sebanyak 71%. Selanjutnya, Shopee-pay menempati posisi ketiga dengan 44%, lalu DANA di posisi keempat dengan 41% (Soenarso & Hidayat, 2021).

Perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat, kehidupan manusia yang dinamis, serta tingkat literasi seseorang diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier dan cenderung bersikap konsumtif.

Minat beli sebagai instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, merekomendasikan, memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian (Taan, 2021). Minat merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan tindakan pembelian atau kegiatan penggunaan suatu barang atau jasa. Minat beli merupakan bagian terpenting dari seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian (Fitra, Hasnita, & Jalaluddin, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan Sukri

(2015) bahwasannya terdapat 5 faktor atau indikator yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen yaitu faktor sesuai kebutuhan/selera, faktor sudah sering membeli produk, faktor pernah membeli sebelumnya, faktor produk-produk yang berkualitas dan yang terakhir faktor keinginan.

Dalam konsepsi *maqāṣid al-Syari'ah*, teori tiga prioritas dilihat dari kebutuhan (kemaslahatan) yaitu *ḍaruriyyah*, *hajiyyah*, dan *tahsiniyyah* secara sistematis diprakarsai oleh al-Syaṭibi (Sayuti, 2018). Konsep *Maqāṣid al-Syari'ah* yang dikembangkan oleh al-Syaṭibi, secara simpel menggambarkan sebuah hukum dengan lebih memfokuskan pada substansi (*maqāṣid*) sebuah teks (al-syari'ah), yang kemudian disinkronkan dengan sebuah kasus dan realita. Dalam dimensi *maqāṣid al-syari'ah* pada produk-produk *e-money* dibedah melalui model (teori) asas maṣlahah sebagai pisau analisis, yakni mencermati manfaat yang ada padanya, baik itu dalam konsep ekonomi konvensional maupun konsep Islam, yaitu aspek asas manfaat (utilitas) dan maṣlahah dengan melihat manfaat dari *e-money*, baik itu dalam konsep ekonomi konvensional maupun konsep Islam yaitu utilitas dan maṣlahah (Sayuti, 2018). Minat belanja dalam maqashid yariah dapat dilihat dari perilaku konsumen terhadap pembelian produk hanya untuk kebutuhan ataupun keinginan yang mendatangkan kemashlahatan. Jika kebutuhan terpenuhi yaitu pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturuan, dan harta, maka secara otomatis dapat mendatangkan kemashlahatan begitupun sebaliknya.

Penulis disini tertarik untuk membahas mengenai finansial teknologi berbasis *e-money* terhadap minat belanja dalam persepektif *maqashid syariah* dikalangan mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini dikarenakan penulis ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan dan finansial teknologi berbasis *e-money* terhadap antusiasme minat mahasiswa dalam berbelanja menggunakan *e-money*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Finansial Teknologi Berbasis *E-money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid syariah*” (Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**”. Diharapkan dengan penelitian yang akan dilakukan nanti dapat memberikan solusi untuk mengajak dan memajukan mahasiswa/I serta masyarakat Aceh dalam mengikuti perkembangan zaman teknologi di era 4.0 saat ini, lebih tepatnya pada bagian keuangan syariah yaitu dengan menerapkan segala macam jenis muamalah dapat sesuai dengan *maqashid syariah*.

Penelitian ini sudah banyak dilakukan, tetapi belum ada yang meneliti khusus konsumen mahasiswa. Mahasiswa merupakan segmen pasar yang memiliki potensial sebagai pengguna *e-money*, karena beberapa alasan. Pertama, mahasiswa saat ini adalah generasi milenial yang akrab dengan teknologi. Kedua, banyak tempat perbelanjaan yang sering dikunjungi

mahasiswa, dimana menyediakan sistem pembayaran secara *e-money* seperti di Indomart, Alfamart, dan lain-lain (Suwandi & Azis, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan Hermin (2022) bahwasannya literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pekerja produksi PT. Pertamina RU V Balikpapan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja dalam tinjauan *Maqashid syariah*?
2. Apakah *Financial Teknologi (Fintech)* berbasis *E-Money* berpengaruh terhadap minat belanja dalam tinjauan *Maqashid syariah*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja dalam tinjauan *Maqashid Syariah*.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Technology (Fintech)* berbasis *E-Money* terhadap minat belanja dalam tinjauan *Maqashid Syariah*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Penelitian ini dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara teoritis penelitian dapat menambahkan ilmu dan pengetahuan dibidang pemasaran, khususnya mengenai literasi keuangan.
 - b. Menambah ilmu pengetahuan dalam perkembangan teknologi, terutama minat masyarakat dalam menggunakan *E-money* dalam bertransaksi.
 - c. Menambah referensi bagi penelitian berikutnya dan berkontribusi terhadap perkembangan perekonomian yang lebih bermakna sesuai dengan prinsip syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat menjadi informasi dan masukan bagi pemerintah Aceh dalam perkembangan teknologi saat ini terhadap minat masyarakat dalam berbelanja menggunakan *E-money*.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi

mahasiswa/I Banda Aceh terhadap minat belanja dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk kebijakan-kebijakan yang akan diambil dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas. Sistematika penulisan bertujuan untuk menggambarkan mengenai susunan isi penelitian secara teratur. Penelitian ini disusun dalam tiga bab yang masing-masing terdiri dari sub bab pembahasan sebagai acuan berpikir secara sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pembahasan di bab II ini berkaitan dengan teori-teori ataupun pemikiran-pemikiran yang berkaitan dengan penelitian. Landasan teori serta pembangunan hipotesis terdiri dari teori, model penelitian atau kerangka berpikir, serta pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang terdiri dari penjelasan tentang jenis penelitian, jenis penelitian, jenis sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan pelaporan hasil penelitian dan pembahasan yang mengaitkan dengan kerangka teori atau penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir yang meliputi isi pokok penelitian terdiri dari simpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan juga dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memberikan penekanan mengenai pentingnya inklusi finansial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari literasi finansial. Inklusi finansial sendiri yaitu sebuah proses yang menjamin kemudahan akses, ketersediaan, dan penggunaan sistem keuangan formal untuk semua individu (Kemendikbud, 2018).

Menurut *Program International for Student Assesment* (PISA) mengenai literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep keuangan, risiko, keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri dalam menerapkan pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan yang efektif diberbagai konteks keuangan, untuk meningkatkan partisipasi dalam kehidupan ekonomi. Sehingga literasi keuangan dapat mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menangani tantangan keuangan serta keputusan yang ada dikehidupan sehari-hari (Dikria & W, 2016). Literasi Keuangan

memberikan manfaat yang besar yaitu mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan; memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik, terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas, dan mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan. Literasi Keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan, maka semakin banyak yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan (Purba, 2020).

Firdauzi (2016) mengatakan bahwa kemampuan finansial merupakan bagian dari kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan dan memecahkan masalah, yang diperoleh dari upah maupun uang saku pada situasi ekonomi yang mempengaruhi pemilihan produk dalam pengambilan keputusan pembelian produk tertentu (Giriani & Susanti, 2018). Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan cara membantu dalam memberikan pemahaman tentang mengelola keuangan dan peluang untuk mencapai kehidupan yang lebih sejahtera dimasa yang akan datang (Afandy & Niangsih, 2020).

2.1.1 Indikator Literasi Keuangan

Menurut Chen & Volpe (1998) dalam (Ulfatun, Udhma, & Dewi, 2016) ada beberapa indikator yang termasuk dalam literasi keuangan yaitu:

1. Pengetahuan tentang keuangan pribadi secara umum (*General personal finance knowledge*) meliputi pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan dasar keuangan pribadi
2. Tabungan dan pinjaman (*Saving and Borrowing*), yang berkaitan dengan pengetahuan tentang tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
3. Asuransi (*Insurance*), yaitu meliputi pengetahuan dasar tentang produk asuransi misalnya asuransi jiwa dan hal yang berkaitan dengan asuransi lainnya.
4. Investasi (*investment*), hal ini mencakup pengetahuan tentang suku bunga pasar, resiko investasi, dan reksadana.

2.1.2 Manfaat Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa dengan meningkatnya literasi keuangan maka konsumen atau masyarakat dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik, dan terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas. Literasi keuangan juga memberikan manfaat yang besar

bagi sektor jasa keuangan. Dengan demikian lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

2.2 Finansial Teknologi

Fintech berasal dari istilah *Fintech* berasal dari istilah financial technology atau teknologi finansial. Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *fintech* sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan fintech” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui fintech ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan pembandingan produk keuangan. Saat ini terdapat 142 perusahaan yang bergerak dibidang fintech yang teridentifikasi (Rizal, Maulina, & Kostini, 2018).

Fintech dengan layanan keuangan seperti *crowdfunding*, *mobile payments*, dan jasa transfer uang menyebabkan revolusi dalam bisnis startup. Dengan *crowdfunding*, bisa memperoleh dana dari seluruh dunia dengan mudah, bahkan dari orang yang belum pernah ditemui sekalipun *Fintech* juga memungkinkan transfer uang secara global atau internasional. Jasa pembayaran seperti *PayPal* otomatis mengubah kurs mata uang, sehingga yang berada

di Amerika bisa membeli barang dari Indonesia dengan mudahnya, *Fintech* juga memiliki peran penting dalam mengubah perilaku dan ekspektasi konsumen diantaranya:

1. Dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja.
2. Menyamaratakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun. Secara global, industri *Fintech* terus berkembang dengan pesat. Terbukti dari bermunculannya perusahaan startup di bidang ini serta besarnya investasi global di dalamnya. Khususnya di Indonesia, bisnis ini berkembang sangat pesat hingga menarik perhatian seluruh pebisnis di Indonesia.

Fintech memiliki fungsi beragam, yang diyakini mampu dengan cepat berkembang secara cepat. Saat ini *fintech* mampu melayani *electronic money*, *virtual account*, *agregator*, *lending*, *crowdfunding* dan transaksi keuangan online lainnya. Adapun *fintech* yang telah beroperasi, sebagian ada yang didirikan oleh perusahaan berbasis konvensional, tetapi tidak sedikit pula yang merupakan perusahaan rintisan atau startup. Namun perkembangan *fintech* di Indonesia tetap berada dalam pengawasan Bank Indonesia (BI) selaku bank sentral.

2.3 Konsep *E-Money* dalam Islam

2.3.1 Pengertian uang

Uang adalah instrumen perekonomian yang sangat penting. Hampir semua kegiatan ekonomi sangat bergantung pada uang seperti sebagai alat tukar ataupun alat bayar. Oleh karena itu, adanya uang dalam kehidupan sehari-hari sangat penting, terutama untuk memperoleh barang, jasa, serta kebutuhan hidup lainnya (Sari, 2016)

Menurut al-Gazali, yaitu barang atau benda yang berfungsi sebagai sarana mendapatkan barang yang lain. Dengan kata lain uang adalah barang yang disepakati fungsinya sebagai media pertukaran (*Medium of exchange*). Benda tersebut dianggap tidak mempunyai nilai sebagai barang. Nilai benda yang berfungsi sebagai uang ditentukan terkait dengan fungsinya sebagai alat tukar. Kata lain yang lebih berperan dalam benda yang berfungsi sebagai uang adalah nilai tukar dan nilai nominalnya. Uang dalam ilmu ekonomi tradisional didefinisikan sebagai setiap alat tukar yang dapat diterima secara umum. Alat tukar itu dapat berupa benda apapun yang dapat diterima oleh setiap orang di masyarakat dalam proses pertukaran barang dan jasa. Dalam ilmu ekonomi modern, uang didefinisikan sebagai sesuatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran bagi pembelian barang-barang dan jasa-jasa serta kekayaan berharga lainnya serta untuk pembayaran hutang.

2.3.2 Pengertian *E-Money*

Gerakan *less cash society* merupakan trend yang tidak dapat dihindari, hal itu ditandai hadirnya lembaga-lembaga swasta penerbit *e-money* dan *merchant* yang menerima pembayaran non tunai. Bank Indonesia sendiri telah bekerjasama dengan bank-bank umum nasional dalam mengeluarkan kartu uang elektronik berikut segala operasionalitasnya, produk uang elektronik tersebut pada dasarnya merupakan pilot project untuk memperkenalkan *e-money* sebagai alat transaksi ekonomi yang valid (Sayuti, 2018)

Uang adalah elemen yang sangat penting dalam kehidupan manusia, perubahan uang sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi, baik kertas maupun logam dengan *Elektronic money*. Hal tersebut terbukti dengan adanya perkembangan uang yang diawali dari pembayaran secara tunai sampai kepada pembayaran elektronik yang bersifat non-tunai. Perkembangan sistem pembayaran didorong oleh semakin besarnya volume dan nilai transaksi, peningkatan risiko, kompleksnya transaksi, dan perkembangan teknologi. Sistem pembayaran tunai berkembang dari *commodity money* sampai *fiat money*, sementara sistem pembayaran non-tunai berkembang dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro, dan sebagainya) sampai kepada yang berbasis elektronik (kartu dan *electronic money*). *E-Money* merupakan alternatif alat pembayaran non-tunai khususnya untuk pembayaran mikro sampai dengan ritel dalam perdagangan (Rohmah, 2018)

Menurut *Bank for International Settlement* (BIS) dalam publikasinya pada tahun 1996 mendefinisikan uang elektronik sebagai “*stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a customer is stored on an electronic device in the customer’s possession*” (Bank for International Settlement, 1996). Sedangkan menurut Bank Indonesia, “Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur, yakni diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan” (Bank Indonesia, 2014).

Rivai (2001) dalam Bahri (2010) menjelaskan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyertorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit atau dengan pendebetn rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media elektronik tersebut. Uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet

dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau Prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran (Rohmah, 2018).

2.3.3 Indikator *E-Money*

Menurut Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 Uang elektronik (*e-money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

1. *E-Money* diterbitkan atas dasar nilai uang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
3. Tercapainya kemashlahatan dan kesejahteraan. Terdapat manfaat dari penggunaan *e-money* bagi perekonomian dan kebijakan moneter (Syamsuri, Imam, & Ahmad, 2020).
4. Etika konsumsi berdasarkan konsep Islam, diantaranya sederhana tetapi efisien dan efektif yaitu menggunakan harta secukupnya dan tidak berlebihan (Syamsuri, Imam, & Ahmad, 2020).

5. Risiko dan kendala serta upaya control dan pengawasan, *e-money* masih memiliki potensi risiko pada pemenuhan dimensi maqashid syariah (*Hifz Al-Mal*) (Syamsuri, Imam, & Ahmad, 2020).

Batas nominal uang elektronik yang dapat disimpan di media elektronik dalam surat edaran Bank Indonesia adalah sebesar Rp.2.000.000- bagi yang *unregistered* dan Rp.10.000.000- bagi yang *registered* dan keduanya memiliki batas transaksi sebesar Rp. 20.000.000- dalam setiap bulannya.

2.3.4 Dasar Hukum *E-Money*

DSN MUI mengeluarkan fatwa NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, dan di fatwa tersebut sudah cukup di jabarkan bagaimana *e-money* yang menerapkan prinsip-prinsip syariah, tetapi sampai saat ini belum ada pihak penyelenggara yang mengeluarkan uang elektronik dengan menggunakan prinsip syariah. Demikian update dari akad *E-money* dan *E wallet*, tentu akad ini akan menjadi dinamis jika terjadi perubahan-perubahan yang dilakukan oleh pihak penyelenggara. Pada hukum syariah uang elektronik ini halal untuk digunakan selama tidak ada dalil yang melarang dan tidak adanya transaksi haram.

Terdapat beberapa akad yang berhubungan dengan mekanisme uang elektronik (*E-Money*). Diantaranya yaitu sebagai berikut (Anam, 2018):

1. Akad Jual Beli

Akad jual beli adalah akad tukar menukar harta dengan harta lain melalui tata cara yang telah ditentukan oleh syariat. Dalam Fatwa DSN MUI NO: 82/DSN-MUI/VIII/2011, Akad jual beli didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta yang menjadi sebab berpindahnya kepemilikan obyek jual beli. Terjadinya akad jual beli dalam kegiatan uang elektronik ketika nilai uang yang tersimpan dalam sebuah media penyimpanan seperti dalam sebuah server maupun chip yang dimiliki penerbit kemudian dijual kepada calon pemegang dengan jumlah nilai uang yang sama dengan nilai uang yang disimpan dalam media uang elektronik tersebut.

2. Akad Wadiah

Akad wadiah adalah akad yang berupa penitipan barang/harta kepada orang lain yang dapat dipercaya untuk memelihara dan menjaganya. Wadiah dalam uang elektronik terjadi ketika calon pemegang uang elektronik menyeter sejumlah uang kepada penerbit dengan maksud menitipkan dan digunakan dalam bentuk elektronik senilai uang yang diserahkan. Kemudian penerbit wajib mencatat jumlah uang dan menyerahkannya kepada pemegang pada saat diminta atau diambil untuk dipergunakan pada saat pembayaran kepada pedagang (*merchant*).

3. Akad Qardh

Akad Qardh yaitu suatu akad pinjaman kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada LKS pada waktu yang telah disepakati oleh LKS dan nasabah. Akad Qardh dapat digunakan dalam hubungan hukum antara penerbit dengan pemegang uang elektronik. Ada beberapa ketentuan apabila menggunakan akad qard yaitu bersifat hutang-piutang, penerbit dapat menggunakan dengan cara menginvestasikan uang hutang dari pemegang uang elektronik, penerbit dapat mengembalikan kapan saja jumlah pokok piutang kepada pemegang uang elektronik sesuai dengan kesepakatan, dan dalam penggunaan dana hutang dan pertimbangan mashlahah otoritas boleh membatasi penerbit pada saat penggunaan.

2.3.5 Macam-macam Uang Elektronik (*E-Money*)

Dalam penjelasan atas peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, Tentang Uang Elektronik terdapat beberapa macam uang elektronik yaitu:

1. Berdasarkan media penyimpanannya, saat ini Uang Elektronik dibedakan atas dua jenis yaitu:
 - a. Pertama, Uang Elektronik yang Nilai Uang Elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media

elektronik yang dikelola oleh pemegang. Media elektronik yang dikelola oleh pemegang dapat berupa *chip* yang tersimpan pada kartu, stiker, atau *hard disk* yang terdapat pada personal computer milik pemegang.

b. Kedua, Uang Elektronik yang nilainya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Dalam hal ini pemegang diberi hak akses oleh penerbit terhadap penggunaan nilai Uang Elektronik tersebut.

2. Berdasarkan masa berlaku medianya, uang elektronik dibedakan kedalam dua bentuk, yaitu:

a. Pertama, *Reloadable*. Uang elektronik dengan bentuk *reloadable* adalah uang elektronik yang dapat dilakukan pengisian ulang, dengan kata lain, apabila masa berlakunya sudah habis dan atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.

b. Kedua, *Disposable*. Uang elektronik dengan bentuk *disposable* adalah uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang, apabila masa berlakunya sudah habis dan/atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut tidak

dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.

3. Berdasarkan Berdasarkan jangkauan penggunaannya, uang elektronik dibedakan menjadi:
 - a. Pertama, *Single Purpose*. *Single- purpose* adalah uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari satu jenis transaksi ekonomi, misalnya uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk pembayaran tol atau uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk pembayaran transportasi umum.
 - b. Kedua, *Multi-Purpose*. *Multi- purpose* adalah uang elektronik yang digunakan untuk melakukan berbagai pembayaran atas kewajiban pemegang kartu terhadap berbagai hal yang dilakukannya. Contohnya yaitu suatu uang elektronik yang dapat digunakan dalam beberapa jenis transaksi seperti penggunaan uang elektronik untuk pembayaran tol, dapat juga digunakan untuk membayar telepon, jasa transportasi, pembayaran pada minimarket dan lain-lain cukup menggunakan satu kartu.
4. Berdasarkan Pencatatan Data Identitas Pemegang, Uang Elektronik dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

- a. Pertama, uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada Penerbit (*registered*);
- b. Kedua, Uang Elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (*unregistered*).

2.3.6 Jenis-Jenis Transaksi *E-Money*

Jenis-jenis transaksi uang menggunakan uang elektronik (*E-Money*) yaitu:

1. Penerbitan dan pengisian ulang uang elektronik, Sebelum penerbit menerbitkan uang elektronik, penerbit harus melakukan pengisian nilai uang terlebih dulu ke dalam media elektronik yang akan digunakan sebagai uang elektronik. Kemudian apabila nilai uang elektronik sudah habis, pemegang dapat melakukan pengisian uang (*top up*) (Anam, 2018).
2. Transaksi pembayaran, dengan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui penukaran nilai uang yang ada di dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dengan penjual sesuai dengan protokol yang telah ditetapkan sebelumnya (Hidayati, Nuryanti, Fadly, & Darmawan, 2006).
3. Transfer dalam fasilitas uang elektronik merupakan pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang

elektronik melalui terminal-terminal yang telah disediakan perlengkapan khusus oleh penerbit (Hidayati, Nuryanti, Fadly, & Darmawan, 2006).

4. Tarik tunai, yaitu fasilitas penarikan uang atas nilai uang elektronik yang tercatat dalam media uang elektronik yang dimiliki oleh pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang (Bank Indonesia, 2014).
5. *Refund/Redeem*, yakni penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik dilakukan pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir (Bank Indonesia, 2009), ataupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang (Hidayati, Nuryanti, Fadly, & Darmawan, 2006).

2.3.7 Kelebihan dan Kekurangan *E-money*

Pemakaian *e-money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan memakai uang tunai dan alat pembayaran non-tunai lainnya. Sebagai contoh, lebih cepat dan nyaman dibanding memakai uang tunai khususnya transaksi bernilai kecil, sebab nasabah tak perlu mengeluarkan uang pas atau menerima kembalian. Selain itu, dengan menggunakan *e-money* tidak ada kesalahan hitung pengembalian uang saat melakukan transaksi.

Kelebihan lain *e-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *online*, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *off-line* biaya dapat dikurangi. Dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*. Perkembangan *E-Money* bukan disebabkan oleh BI, namun disebabkan oleh 14 perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengendalikan pasar untuk menggunakan *e-money* tersebut.

Namun demikian, untuk mencapai itu *e-money* harus mengorbankan aspek lainnya, yaitu aspek keamanan. Dalam proses pembayaran sama sekali tidak ada proses otorisasi untuk meningkatkan risiko keamanan yang ditanggung oleh pihak pengguna/pemilik kartu. Proses pembayaran dilakukan dengan menempelkan kartu *e-money* pada alat scan yang disediakan, tanpa melalui proses otorisasi baik berupa PIN atau proses otorisasi transaksi lainnya. Apabila pengguna kehilangan kartu *e-money*, kartu tersebut dicuri, atau kejadian lain yang menyebabkan kepemilikan kartu beralih dari kita ke pihak orang lain, maka kartu tersebut tetap dapat dipergunakan oleh orang lain itu.

2.4 Minat Belanja

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek tersebut. Minat beli adalah suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh baik eksternal maupun internal dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli (NST, Arrafiqurrahman, & Maryoni, 2016). Minat merupakan keinginan untuk menggunakan *e-money* dan kemauan yang nyata untuk merasakan keuntungan dari *e-money* tersebut, hal ini akan berkembang apabila seseorang memiliki motivasi untuk beralih dari sistem pembayaran manual ke sistem pembayaran teknologi online, contohnya seperti dikalangan mahasiswa yang merupakan generasi milenial. Minat adalah sesuatu yang pribadi yang berhubungan dengan sikap, mahasiswa yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati suatu objek tersebut.

Menurut Kotler, dkk (2014) mengenai minat beli yang timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang akan dibeli atas dasar merek ataupun minat (Purbohastuti & Hidayah, 2020). Menurut Nugroho (2013) minat beli merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan

pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dalam memilih salah satu diantaranya. Hasil dari pengintegrasian tersebut yaitu suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian dengan kepentingan seseorang yang bersangkutan dan juga dapat memberikan kesenangan, serta kepuasan diri. Jadi, sangat jelas bahwa minat beli merupakan suatu sikap yang ditunjukkan dengan kecenderungan seseorang untuk selalu membeli sesuai dengan kesenangan dan kepentingannya.

2.4.1 Indikator Minat Belanja

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut (Arista dan Triastuti, 2011):

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat Referensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang untuk mengreferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi ini dapat digantikan hanya dengan jika ada terjadi sesuatu terhadap produk preferensinya.
4. Minat Eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu yang selalu mencari

informasi mengenai produk yang diminatinya dan kemudian mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

2.5 *Maqashid Syariah*

Maqashid syariah secara lughawi (bahasa) terdiri dari dua kata, yaitu *maqashid* dan *syariah*. *Maqashid* adalah bentuk jama dari *Maqshud* yang berarti kesengajaan, atau tujuan. Dan *syariah* merupakan bentuk subyek dari akar kata *syara'* yang berarti jalan menuju sumber air sebagai sumber kehidupan. Sedangkan secara terminologis, *maqashid syariah* sebagai tujuan-tujuan ajaran islam atau dapat juga dipahami sebagai tujuan-tujuan pembuat syari'at (Allah) yang menggariskan ajaran islam (Rahmawati, 2013).

Hakikat *maqashid syariah* dari segi substansi adalah kemaslahatan. Kemaslahatan dalam taklif Tuhan dapat berwujud dalam dua bentuk, yaitu pertama, dalam bentuk hakiki, berupa kemanfaatan langsung dalam arti kausalitas. Dan kedua, dalam bentuk majazi, yaitu bentuk yang merupakan sebab yang dapat membawa kemaslahatan (Muamar & Alparisi, 2017). Ekonomi Islam sebagai bagian dari sistem ajaran Islam yang sejak awal harus sudah dimaksudkan untuk mewujudkan apa yang menjadi tujuan pensyariatannya (*maqashid syari'ah*) yaitu terwujudnya kemaslahatan untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu prinsip masalah dalam aplikasi hukum islam, khususnya bidang muamalah mengacu pada kemaslahatan

dan kepentingan umum. Acuan kemaslahatan ini merupakan prinsip umum yang diinduksikan dari berbagai sumber asasi syari'at, yaitu Al-Qur'an dan Hadits.

Secara umum keinginan manusia adalah untuk mencapai sebuah kenikmatan dunia dan kemuliaan di akhirat kelak, akan tetapi untuk mencapai hal tersebut membutuhkan proses atau cara apa saja yang dilakukan dalam mewujudkan hal tersebut. Adanya *Maqashid Al-Syariah* tidak lain bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada manusia dalam mewujudkan hal tersebut. Pada umumnya, maqashid itu terbagi menjadi beberapa hal sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya.

2.5.1 Tingkatan Maqashid syariah

Menurut Al-syatibi dalam usaha untuk mewujudkan dan mempertahankan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta yaitu dengan membagi kemashlahatan tersebut dengan tiga tingkatan (Suganda, 2020). Tiga tingkatan tersebut yaitu:

1. *Dharuriyat*

Secara bahasa *dharuriyat* dapat diartikan sebagai sebuah keadaan pokok atau darurat. Apabila manusia tidak mampu untuk melengkapinya atau mencapainya maka akan terjadi suatu permasalahan dan kerusakan. Tujuan hukum islam dalam bentuk *dharuriyat* ini mengharuskan pemeliharaan terhadap lima kebutuhan yang sangat esensial bagi manusia yang dikenal dengan *dharuriyat al-khams*, yaitu pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan,

dan harta. Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa tujuan syara' dari makhluk itu ada lima, yaitu memelihara agama (*hifz ad-din*), memelihara jiwa (*hifz an-nafs*), memelihara akal (*hifz al-aql*), memelihara keturunan (*hifz an-nasl*), dan memelihara harta (*hifz al-mal*). Setiap yang mengandung upaya memelihara kelima hal prinsip ini disebut mashlahah, dan setiap yang menghilangkan kelima prinsip ini disebut mafsadah dan menolaknya disebut maslahat (Ibrahim, Amelia, Akbar, Kholis, Utami, & Nofrianto, 2021)

2. Hajiyah

Hajiyah yang didefinisikan sebagai hal-hal yang dibutuhkan untuk mewujudkan kemudahan dan menghilangkan kesulitan yang dapat menyebabkan bahaya dan ancaman, yaitu jika sesuatu yang mestinya tidak ada. Hajiyah juga dimaknai dengan keadaan di mana jika suatu kebutuhan dapat terpenuhi, maka akan dapat menambah value kehidupan manusia. Hajiyah juga dimaknai dengan pemenuhan kebutuhan sekunder ataupun sebagai pelengkap dan penunjang kehidupan manusia dimana hal tersebut bertujuan untuk menciptakan sebuah kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dan di akhirat agar terhindar dari adanya sebuah kerusakan. Jika kebutuhan ini tidak mampu terpenuhi maka kehidupan manusia tidak akan mengalami sebuah kehancuran. Akan tetapi akan mengalami sebuah

kemungkinan-kemungkinan terjadinya kesulitan dalam suatu hal tertentu (Suganda, 2020).

3. Tahsiniyah

Pengertian tahsiniyah adalah melakukan kebiasaan-kebiasaan yang baik dan menghindari yang buruk sesuai dengan apa yang diketahui oleh akal sehat. Tahsiniyah juga berkaitan dengan etik, yaitu melakukan hal-hal yang pantas dan menjauhi hal-hal yang tidak pantas. Termasuk dalam kelompok ini adalah melaksanakan ibadah sunah, makan dan minum dengan cara yang baik, menghindari dari sesuatu yang tidak bermanfaat. Tahsiniyat sebagai pelengkap yaitu menjadi suatu alat untuk melengkapi dan menyempurnakan tujuan dari kehidupan manusia. Apabila hal tersebut tidak dapat terpenuhi maka tidak akan menjadi sebuah permasalahan hingga mengakibatkan keburukan atau kemadharatan yang besar (Suganda, 2020).

2.5.2 Unsur-Unsur Maqashid Syariah

1. *Hifz al-Din* atau Menjaga Agama

Agama adalah hal mendasar yang harus dimiliki bagi setiap umat manusia. Karena pedoman dan ajaran agama mengajarkan tentang kehidupan manusia ketika di dunia dan di akhirat. Apabila kewajiban menjaga agama tidak dapat dilakukan dengan baik atau tidak dapat tercapai, maka dapat mengakibatkan sebuah kehancuran atau kerusakan. Timbulnya

berbagai macam krisis moral serta akhlak umat manusia menjadi salah satu bentuk tidak terpenuhinya akan hal tersebut.

2. *Hifz al-Nafs* atau Menjaga Jiwa

Hifz al-nafs atau menjaga jiwa adalah memelihara hak untuk hidup secara terhormat dan memelihara jiwa agar terhindar dari tindakan penganiayaan, baik berupa pembunuhan, maupun tindakan melukai. Menjaga jiwa terletak pada tingkat yang kedua setelah agama, yang merupakan tujuan ditetapkannya permasalahan adat dan hukum jinayah. Memelihara jiwa berdasarkan dengan tiga tingkatan maqashid syariah dibedakan menjadi:

- a. Memelihara jiwa dalam tingkat dharuriyah seperti memenuhi kebutuhan pokok berupa makanan untuk mempertahankan hidup.
- b. Memelihara jiwa dalam tingkat hajiyat, seperti dibolehkannya berburu binatang untuk menikmati makanan yang lezat dan halal, kalau ini diabaikan maka tidak mengancam eksistensi kehidupan manusia, melainkan hanya mempersulit hidupnya.
- c. Memelihara jiwa dalam tingkat tahsiniyat seperti ditetapkan tata cara makan dan minum.

3. *Hifz al-Nasl* atau Menjaga Keturunan

Hifz al-nasl atau menjaga keturunan dan/atau kehormatan adalah hal pokok keempat yang harus dijaga demi mewujudkan kemaslahatan bagi manusia. Menjaga keturunan adalah memelihara kelestarian jenis makhluk manusia dan membina sikap mental generasi penerus agar terhindar dari peperangan di antara manusia. Menjaga keturunan dalam tingkatan *daruriyat* seperti melakukan pernikahan untuk menghindari perzinaan.

4. *Hifz al-Aql* atau Menjaga Akal

Hifz al-aql atau menjaga akal merupakan karunia Allah SWT yang paling berharga, sehingga manusia diwajibkan menjaganya dengan tidak mengonsumsi segala hal yang merusak akal manusia seperti narkoba dan khamar. Memelihara akal berdasarkan dengan tiga tingkatan *maqashid syariah* dibedakan menjadi:

- a. Memelihara akal dalam tingkat *dharuriyah* seperti diharamkan meminum minuman keras karena berakibat terancamnya eksistensi akal.
- b. Memelihara akal dalam tingkat *hajiyyat* seperti dianjurkan menuntut ilmu pengetahuan.
- c. Memelihara akal dalam tingkat *tahsiniyat* seperti menghindarkan diri dari mengkhayal dan mendengarkan sesuatu yang tidak berfaedah.

5. *Hifz al-Mal* atau Menjaga Harta

Hifz al-mal atau menjaga harta adalah salah satu tujuan pensyariatian hukum di bidang muamalah dan jinayah. Syariat membolehkan segala jenis muamalah yang sesuai dengan kaidah syariat, mewajibkan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup, lalu syariat menjaga harta dengan mengharamkan mencuri, menghilangkan harta orang lain dan menyerahkan harta kepada pihak yang tidak bisa bertanggung jawab atas harta tersebut. Memelihara harta pada *maqashid* tingkatan *daruriyat* adalah dengan mencari harta dengan jalan yang halal. Sementara itu, pada tingkatan *hajiyyat*, seperti melakukan transaksi jual beli dengan cara salam. Menjaga harta pada tingkat *tahsiniyat* dengan menghindari penipuan.

Pada uang elektronik, *maqashid syariah* yang dimaksud adalah *hifz al-mal* pada tingkatan *hajiyyat* yaitu memelihara harta dalam uang elektronik agar terhindar dari riba. Dalam penelitian yang dilakukan Muammar dan Alpharisi (2017) menunjukkan bahwa uang elektronik telah sesuai dengan *maqashid syariah*. Kesesuaian ini didapat dengan terpenuhinya prinsip menjaga harta dan kemashlahatan. Menjaga harta merupakan salah satu unsur penting dalam *maqashid syariah*, yang berkaitan dengan kemashlahatan dalam menjaga harta. Harta merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan manusia dan tidak bisa terpisahkan. Kesesuaian uang elektronik terhadap

prinsip menjaga harta dalam maqashid syariah yaitu keamanan dalam uang elektronik terjamin, hal ini terjadi karena uang elektronik dilindungi dengan sistem keamanan yang lengkap, kemudian kehalalan uang elektronik terjamin yaitu dibuktikan dengan terhindarnya uang elektronik dari hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Kemashlahatan dalam uang elektronik dapat dilihat dari kelebihan-kelebihan uang elektronik (*E-Money*) itu sendiri seperti transaksi menggunakan *e-money* lebih cepat dan hemat waktu, transaksi menggunakan *e-money* lebih mudah, dan yang terakhir yaitu efisiensi, artinya dalam melakukan transaksi menggunakan *e-money* lebih cepat dan nyaman sehingga tidak perlu bersusah payah untuk membawa uang tunai.

2.6 Penelitian Terkait

Berdasarkan hasil penelusuran kepustakaan sejauh diketahui penelitian tentang ini belum pernah ada dan belum pernah dilakukan oleh peneliti lain dalam judul dan identifikasi masalah yang sama. Adapun beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

Ratih Marisa Apriliana (2020) melakukan penelitian mengenai “Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay”: Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”. Penelitian ini bertujuan

untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap minat menggunakan Go-Pay dengan menggunakan teori perluasan *theory acceptance model* (TAM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Go-Pay, Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay, Literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay.

Rianti Hikmah Ramadhani (2019) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Adapun objek penelitian ini yaitu mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara, dengan populasi tidak

diketahui. Sampel penelitian ini berjumlah 81 orang responden ditentukan dengan rumus Supramono. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri, secara serempak, berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0,05$ terhadap Perilaku Konsumtif. Secara parsial, pada $\alpha = 0,05$ variabel Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan variabel *Electronic Money* dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Aliyya La Aba Wastakbaru (2018) melakukan penelitian mengenai “Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) T-CASH sebagai alat transaksi pada pelanggan Telkomsel (tinjauan ekonomi keuangan islam)”. Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan *E-Money* terhadap pengeluaran konsumsi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah penggunaan *e-money* t-cash sebagai alat transaksi pelanggan telkomsel dilihat dari tinjauan Ekonomi Keuangan Islam meyakinkan pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran melalui *e-money* t-cash sudah dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dengan mengacu pada peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009

dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 116/DSN-MUI/IX/2017.

Indrawan Firdauzi (2016) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk memverifikasi faktor-faktor yang menentukan faktor temuan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%. (2) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%. (3) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen sebesar 82,4%. (4) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%. (5) Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.

Gilang Pamungkas (2018) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan *E-Money* (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan *E-Money*. Metode yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana, uji validitas, uji asumsi klasik, uji determinan, uji t,

dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-money.

Putri Nela Hapsari (2017) melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Penggunaan *E-Money* dan Daya Substitusi Transaksi *E-Money* Terhadap Transaksi Tunai di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan e-money yang merupakan salah satu sarana untuk menunjang keberhasilan program Bank Indonesia dalam mempengaruhi penggunaan transaksi tunai di Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Uji Kointegrasi *Angel Granger* dan *ECM* dengan data bulanan periode 2013M01-2016M12. Dari penelitian ini dapat dilihat dari nilai dan volume transaksi *e-money* yang menunjukkan nilai signifikan positif terhadap transaksi tunai.

Nuraini Lestari (2020) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (field research). Penelitian ini bersifat asosiatif, Sampel pada penelitian ini sebanyak 87 Responden yang diambil dengan teknik purposive sampling. Metode analisis dan datanya menggunakan Uji Validitas, Reabilitas, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis. Kemudian teknik pengelolaan datanya menggunakan SPSS 17 For

Windows. Berdasarkan Hasil dari Uji Parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menabung dengan mengetahui dasar keuangan syariah dan bank syariah mempunyai akad keuangan syariah seperti giro, tabungan, dan depositon yang dapat meningkatkan minat menabung pada mahasiswa.

Sahal Muzaki (2018) melakukan penelitian mengenai “Analisis fatwa MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Dan PBI No.20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik Syariah Ditinjau Dari Prespektif *Maqashid syariah*”. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa DSN-MUI dalam merumuskan fatwa uang elektronik syariah adalah dengan menggali sumber-sumber hokum islam yang disepakati yaitu Al-Quran dan Hadist selain itu juga memakai kaidah fiqh, pendapat-pendapat sahabat dan ulama yang dijadikan sandaran dalam merumuskan hokum uang elektronik syariah.

Muamar (2017) melakukan penelitian mengenai “*Electronic Money (E-Money) Dalam Prespektif Maqashid syariah*”. Hasil penelitian diperoleh secara umum uang elektronik telah sesuai dengan maqashid syariah. Kesesuaian ini didapat dengan terpenuhinya prinsip memelihara harta dan kemaslahatan. Akan tetapi, uang elektronik *unregistered* dinilai belum sesuai dengan *maqashid syariah* karena uang elektronik ini tidak dilengkapi dengan PIN sehingga masih menimbulkan kemudharatan apabila

kartu ini dicuri atau hilang. Oleh karena itu, penggunaan uang elektronik yang tidak dilengkapi PIN seperti uang elektronik *unregistered* sebaiknya dihindari karena bertentangan dengan maqashid syariah.

Muksalmina (2020) melakukan penelitian mengenai “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk *E-Money* Dikalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki minat mahasiswa/I FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk menggunakan *e-money* dengan jumlah sampe 97 responden. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif linear berganda, hasil analisis menunjukan variable kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variable Y minat. Jadi hasil dari penelitian peneltian ini adalah faktor kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat mhasiswa/I untuk menggunakan alat pembayaran *e-money*, sementara mahasiswa/I enggan memperhatikan faktor keamanan dari alat pembayaran *e-money* tersebut.

Tabel 2.1

Penelitian Terkait

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|--------------------------------------|---------------------|-----------------|---|
| 1. | Ratih Marisa Apriliana (2020) “Peran | - Literasi Keuangan | Analisis Jalur | Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|---|----------|-----------------|--|
| 1. | “Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay” | | | <p>kemanfaatan (<i>perceived usefulness</i>) dan persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>). Persepsi kemanfaatan (<i>perceived usefulness</i>) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Go-Pay. Persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay. Literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay. Literasi keuangan melalui persepsi kemanfaatan (<i>perceived usefulness</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay. Literasi keuangan melalui persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay.</p> |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|---|---|---|---|
| 2 | Rianti Hikmah Ramadhani (2019) “Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” | <ul style="list-style-type: none"> - Literasi Keuangan - Elektronik Money - Gaya Hidup Kontrol Diri | Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Berganda | <p>Literasi keuangan, <i>electronic money</i>, gaya hidup, dan kontrol diri, secara serempak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> <p>Literasi keuangan, dan kontrol diri, secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> <p><i>Electronic money</i> dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> |
| 3. | Aliyya La Aba Wastakbaru (2018) “Analisis Pandangan Pengguna Uang Elektronik (<i>E-Money</i>) T-CASH Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (tinjauan ekonomi keuangan islam)” | - Uang elektronik (<i>E-Money</i>) | Analisis data kualitatif dengan metode deskriptif | Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah penggunaan <i>e-money t-cash</i> sebagai alat transaksi pelanggan telkomsel dilihat dari tinjauan Ekonomi Keuangan Islam |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|---|---|--|---|
| | | | | meyakinkan pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran melalui <i>e-money t-cash</i> sudah dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dengan mengacu pada peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 116/DSN-MUI/IX/2017. |
| 4. | Indrawan Firdauzi (2016) “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta”. | <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan Finansial - Kemudahan - Perilaku Konsumen | Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat. Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan. Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|--|---|--|---|
| | | | | Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat. |
| 5. | Gilang Pamungkas (2018) “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)”. | - Uang elektronik (<i>E-Money</i>) | Analisis data kualitatif dengan metode deskriptif | Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-money. |
| 6. | Putri Nela Hapsari (2017) “Analisis Pengaruh Penggunaan E-Money dan Daya Substitusi Transaksi E-Money Terhadap Transaksi Tunai di Indonesia”. | - Penggunaan <i>E-money</i> - Daya Substitusi Transaksi <i>E-Money</i> | Metode Uji Kointegrasi <i>Angel Granger</i> dan <i>ECM</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan e-money mampu mengurangi transaksi tunai di Indonesia dalam jangka Panjang maupun jangka pendek, yang dilihat menggunakan volume transaksi e-money. Nilai dan volume transaksi e-money yang |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|---|--------------------------------------|-----------------------|--|
| | | | | menunjukkan nilai signifikan positif terhadap transaksi tunai. |
| 7. | Nuraini Lestari (2020) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam” | - Literasi keuangan syariah | Kuantitatif | Berdasarkan Hasil Uji Parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menabung dengan mengetahui dasar keuangan syariah dan bank Syariah yang mempunyai akad keuangan syariah seperti giro, tabungan, dan deposito yang dapat meningkatkan minat menabung pada mahasiswa. |
| 8. | Sahal Muzaki (2018) “Analisis fatwa MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Dan PBI | - Uang Elektronik (<i>E-money</i>) | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitian dapat diketahui bahwa DSN-MUI dalam merumuskan fatwa uang elektronik syariah adalah dengan menggali sumber-sumber |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|---|--|
| | No.20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik Syariah Ditinjau Dari Prespektif <i>Maqashid syariah</i> ". | | | hukum islam yang disepakati yaitu Al-Quran dan Hadist selain itu juga memakai kaidah fiqh, pendapat-pendapat sahabat dan ulama yang dijadikan sandaran dalam merumuskan hukum uang elektronik syariah. |
| 9. | Muamar (2017) " <i>Electronic Money (E-Money) Dalam Prespektif Maqashid syariah</i> ". | - Uang Elektronik (<i>E-Money</i>) | Kualitatif dengan penelitian kepustakaan) | Dari hasil penelitian diperoleh secara umum uang elektronik telah sesuai dengan <i>Maqasid Syari'ah</i> . Kesesuaian ini didapat dengan terpenuhinya prinsip memelihara harta, dan kemaslahatan. |
| 10. | Muksalmina (2020) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk <i>E-Money</i> | - Kegunaan - Kemudahan - Keamanan | Kuantitatif Linear Berganda | Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah faktor kegunaan dan kemudahan mempengaruhi |

Tabel 2.1 – Lanjutan

| No | Peneliti dan Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis | Hasil Penelitian |
|----|--|----------|-----------------|---|
| | Dikalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”. | | | minat mahasiswa/I untuk menggunakan alat pembayaran <i>e-money</i> , sementara mahasiswa/I enggan memperhatikan faktor keamanan dari alat pembayaran <i>e-money</i> tersebut. |

2.7 Keterkaitan Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja

Menurut Huston (2010) literasi keuangan yaitu suatu proses mengukur seberapa baik individu dalam memahami dan menggunakan informasi keuangan pribadi. Seperti literasi pada umumnya, literasi keuangan dibagi menjadi dua dimensi, yaitu dimensi pemahaman (pengetahuan mengenai keuangan pribadi) dan dimensi penggunaan (penerapan konsep dan produk keuangan pribadi), dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan suatu proses yang dapat mengukur kemampuan seseorang dalam memahami konsep keuangan dan menerapkan konsep tersebut sehingga dapat terwujud pengelolaan keuangan yang lebih baik. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi literasi keuangan, seperti pertumbuhan ekonomi, pendapatan per kapita, distribusi pendapatan, tingkat pendidikan masyarakat, penduduk yang berusia produktif, dan pemanfaatan teknologi informasi (Ulfatun,

Udhma, & Dewi, 2016). Hasil penelitian Rianti (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.7.2 Pengaruh *E-Money* Terhadap Minat Belanja

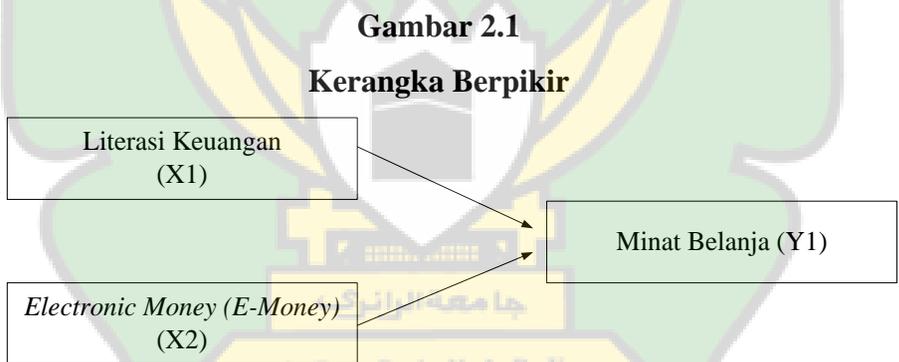
E-money atau uang elektronik adalah suatu alat pembayaran yang dimana mekanismenya menggunakan teknologi dalam melancarkan kegiatan jual beli menjadi lebih cepat, tepat dan efisien. Penggunaan *e-money* memiliki kemiripan dengan kartu kredit atau kartu debit, tetapi pada penggunaan *e-money* tidak memerlukan rekening, cukup dengan membeli kartu elektronik kemudian melakukan pengisian ulang (*top-up*) dan *e-money* sudah bisa digunakan. Tidak hanya berbentuk kartu, *e-money* dapat digunakan pada transaksi online yang disediakan oleh beberapa perusahaan *e-commerce* yang menggunakan layanan *e-money* sebagai alat pembayaran dalam berbelanja (Aksami & Jember, 2019)

Hasil penelitian Adi Nugroho (2022) menyatakan bahwa dengan kehadirannya *E-Money (Shopeepay)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Mahasiswa. Hasil penelitian Wulandari Laksmi (2019) berdasarkan pengolahan data SPSS diperoleh hasil yaitu penggunaan *e-money* dalam *e-commerce* berpengaruh sangat signifikan. *E-money* sendiri adalah alat pembayaran non tunai, dengan demikian penggunaan *e-money*

tentu dapat mendukung program pemerintah dalam meningkatkan penggunaan alat pembayaran non-tunai.

2.8 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini ingin menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan dan *Electronic Money (E-Money)* terhadap Minat Belanja dalam Prespektif Maqashid Syariah. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu Literasi Keuangan (X_1), dan *Electronic Money (E-Money)* (X_2). Selanjutnya variable dependen yaitu Minat Belanja (Y). Adapun digambarkan dengan kerangka sebagai berikut:



Sumber: Data Dioalah, 2022

2.9 Hipotesis Penelitian

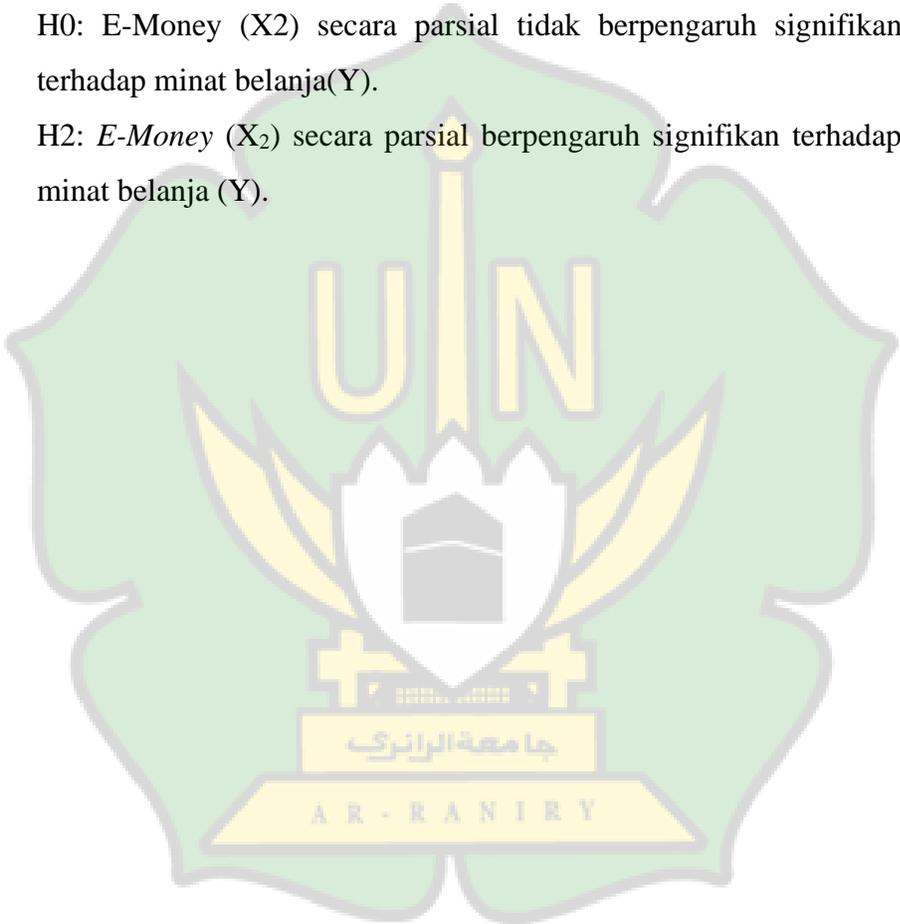
Berdasarkan latar belakang penelelitian dan kerangka berpikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₀: Literasi keuangan (X₁) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja (Y).

H₁: Literasi keuangan (X₁) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat belanja (Y).

H₀: E-Money (X₂) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja (Y).

H₂: E-Money (X₂) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat belanja (Y).



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random pada instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2014).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu yang penetapannya dilakukan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang menjadi sasaran dengan menetapkan karakteristik tertentu untuk mendapatkan data penelitian. Adapun

populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan signifikannya 10%. Penelitian menggunakan rumus slovin untuk mencari sampel dari 766 populasi (Siakad UIN Ar-Raniry/data prodi, 25 Juli 2022). Inilah metode perumusannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+ne^2}$$

(3.1)

Keterangan:

- n = Jumlah sampel minimal
- N = Populasi
- e = Nilai Error
- n = $N / (1 + (N \times 0,1^2))$

Sehingga:

- n = $766 / (1 + (766 \times 0,1^2))$
- n = $766 / (1 + (766 \times 0,01))$
- n = $766 / (1 + (1+7,66))$
- n = $766 / 8,66$
- n = 88

Berdasarkan persamaan tersebut, sampel penelitian sebanyak 88 mahasiswa/i. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang telah disusun kepada 88 mahasiswa/I untuk mewakili populasi mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Pada penelitian ini penulis memakai teknik *simple random sampling* untuk memudahkan mencari *sample* terhadap populasi kecil seperti pada pencarian data di atas dengan teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian. Sesuai dengan judul yang ada maka dalam penelitian ini terdapat dua variable. Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

3.3.1 Variabel bebas atau X (*Independent variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah adalah:

1. Literasi Keuangan sebagai X₁

Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2014) adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*competence*), dan keterampilan (*skill*) konsumen atau masyarakat agar mereka dapat mengelola keuangan dengan baik. Dengan kata lain literasi keuangan merupakan suatu proses yang dapat mengukur seberapa baik kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dan menerapkan konsep tersebut sehingga dapat terwujud pengelolaan keuangan yang lebih baik (Ulfatun, Udhma, & Dewi, 2016).

2. *Electronic Money (E-Money) sebagai X₂*

E-money menurut Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik yaitu sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Dapat disimpulkan bahwa *E-Money* sebagai alat pembayaran non-tunai yang berbentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Pengguna harus menyetorkan uang terlebih dahulu dalam media elektronik tersebut sebelum digunakan dalam bertransaksi (Syamsuri, Imam, & Ahmad, 2020).

3.3.2 Variabel terikat atau Y (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat yaitu variabel yang dapat dipengaruhi atau disebabkan oleh variable lain. Variable terikat dalam penelitian ini adalah minat belanja. Menurut Ferdinan dalam Arista dan Sri Rahayu (2011) Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Indikator | Skala Penelitian |
|-----------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| 1 | Literasi Keuangan (X ₁) | 1. Pengetahuan seseorang mengenai kuangan pribadi. 2. Tabungan dan pinjaman. 3. Asuransi. 4. Investasi. (Sumber: Ulfatun, Udhma, & Dewi, 2016). | Interval |
| 2. | <i>E-Money</i> (X ₂) | 1. <i>E-money</i> diterbitkan atas dasar nilai uang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau <i>chip</i> . (Sumber: Bank Indonesia) 3. Tercapainya kemashlahatan dan kesejahteraan. 4. Etika konsumsi berdasarkan konsep islam. 5. Resiko dan kendala serta upaya kontrol dan pengawasan. (Sumber: Syamsuri Imam & Ahmad, 2020). | Interval |
| 3 | Minat Belanja (Y) | 1. Minat Transaksional. 2. Minat referensial. 3. Minat Preferensial. 4. Minat Eksploratif. (Sumber: Arista dan Triastuti, 2011) | Interval |

Sumber: Data Diolah, 2022

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiono data primer merupakan sumber data dalam pemberian informasi dilakukan secara langsung pada pengumpul penelitian. Data primer diperoleh secara langsung baik ketika wawancara, dari kuisisioner, maupun observasi. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh secara langsung dari hasil jawaban kuisisioner yang diberikan kepada beberapa mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala pengukuran yang digunakan yaitu Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala 1 sampai 4 point. Dimana dari skala 1 yang merujuk pada “Sangat Tidak Setuju (STS)”, sedangkan skala 4 atau yang paling tinggi merujuk pada “Sangat Setuju (SS)”. Dalam penelitian ini menggunakan empat kategori jawaban, yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

| | |
|---------------------|--------|
| Sangat Setuju | Skor 4 |
| Setuju | Skor 3 |
| Tidak Setuju | Skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

Sumber: Sugiyono (2017)

Penggunaan instrumen kuesioner dengan menggunakan skala likert empat skala memiliki beberapa kelebihan yaitu dapat menjaring data penelitian lebih akurat dikarenakan kategori jawaban *undecident* yang mempunyai arti ganda, atau dapat diartikan responden yang belum dapat memutuskan atau memberi jawaban tidak digunakan di dalam kuesioner dikarenakan dapat menimbulkan (*central tendency effect*) yang dapat menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang seharusnya diperoleh dari para responden.

Dengan mempertimbangkan beberapa kelebihan dan kekurangan skala Likert dengan empat skala serta membandingkannya dengan skala Likert lima skala, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan skala Likert dengan empat skala yang sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dengan menggunakan “*google form*” untuk responden yang dapat mengakses kuesioner secara *online*.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian. Perhitungan uji validitas menggunakan software SPSS yang merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisis data statistik. Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

1. Apabila r hitung $>$ r table (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ r table (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Kuesioner bisa dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikan $<$ 0,05, jika r hitung lebih besar r tabel maka instrument maupun item-item dari

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) Uji reliabilitas merupakan indikator apakah suatu alat ukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil kuesioner atas penggunaan berulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap penataan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan ketentuan:

1. Apabila Cronbach Alpha $>$ 0,60 berarti reliabel.
2. Apabila Cronbach Alpha $<$ 0,60 berarti tidak reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Mulyono, 2019).

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) pada pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Selain itu, uji digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Apabila nilai $VIF < 10$ dan atau nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinieritas, begitupula sebaliknya (Mulyono, 2019).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Mulyono, 2019).

3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, yaitu analisis untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, dan *electronic money* terhadap minat belanja. Untuk dapat mengetahui hal tersebut, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

(3.2)

Keterangan:

| | |
|--|--------------------------------------|
| Y | = Minat Belanja |
| X ₁ | = Literasi Keuangan |
| X ₂ | = <i>E-Money</i> |
| b ₀ , b ₁ , b ₂ | = Koefisien regresi |
| ε | = Tingkat Kesalahan (<i>error</i>) |

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Dengan kriteria pengambilan keputusan *two tailed*. Pengujian dilakukan terhadap koefisien regresi populasi, apakah sama dengan nol, yang artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, atau tidak sama dengan nol, yang artinya variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji hipotesis dapat diketahui dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Belanja
 - a. H₀: $b_1 \geq 0$, artinya literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.
 - b. H_a: $b_1 < 0$, artinya literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Pengaruh *Electronic Money* terhadap Minat Belanja
 - a. H₀: $b_2 \leq 0$, artinya *electronic money* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

- b. $H_a: b_2 > 0$, artinya *electronic money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kriteria uji t adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak dapat menolak H_0 (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)

Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%) pada taraf signifikansi 95%.

3.8.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat Signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti yaitu 0,01 (1%); 0,05 (5%); dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. (Oscar & Ulfiani, 2019). Uji simultan dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel sesuai ketentuan, untuk *degree of freedom* (df) = n-k-1 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.

2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R-Square*. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variable X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang berada di Universitas Ar-Raniry Banda Aceh, yang berlokasi di Jl. Syeikh Abdul rauf Darussalam, Kopelma Darussalam, Syiah Kuala, Kota Banda Aceh. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) saat ini memiliki 3 prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak hanya menawarkan sistem Ekonomi dan Bisnis Islam secara konsepsi tetapi juga implementasi dalam mengupayakan ketersediaan sumber daya manusia yang dapat membangun ekonomi masyarakat yang berbasis islami.

4.1.1 Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Visi: “Unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai-nilai keislaman bertaraf internasional tahun 2030”. (*Excelled internationally in the development of economics and business based on Islamic values in 2030*).

Misi:

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara professional, integrative, berdasarkan nilai-nilai Islam dan berwawasan global (*To*

organize education and teaching in economics and business in a professional, integrative, Islamic, and global perspective).

2. Mengembangkan tradisi riset integratif dan diseminasi karya akademik di bidang ekonomi dan bisnis Islam (*To develop a tradition of integrative research and dissemination of academic works in Islamic economics and business*).
3. Mengimplementasikan Ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara Islami (*To implement knowledge for community service and economic development in an Islamic way*).
4. Membangun kerjasama strategis dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri (*To build strategic cooperation in the field of Islamic economics and business with various parties domestically and abroad*).

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

4.2.1 Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Instrumen yang digunakan untuk penelitian adalah kuisioner yang dibagikan ke 88 responden melalui *Google Form*. Ada beberapa karakteristik masing-masing responden yaitu, nama responden (tidak harus diisi), nomor induk mahasiswa

(NIM), dan jenis kelamin. Data ini bertujuan sebagai gambaran suatu keadaan atau kondisi responden sehingga memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi dan memahami hasil-hasil penelitian nanti.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| Laki – Laki | 20 | 22,7% |
| Perempuan | 68 | 77,3% |
| Total | 88 | 100% |

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 88 sampel Mahasiswa/I yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 20 orang atau 22,7% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang atau 77,3%. Dengan demikian menunjukkan bahwa mayoritas responden mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh adalah perempuan.

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel

1. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan (X_1)

Tabel 4.2

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan

| No | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS | Modus |
|--------------|--|----|----|----|-----|----------|
| 1 | Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. | 62 | 17 | 7 | 2 | 4 |
| 2 | Fungsi OJK yaitu menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor jasa keuangan. | 48 | 30 | 9 | 1 | 4 |
| 3 | Perbedaan tabungan dan deposito yaitu deposito untuk investasi, sedangkan tabungan untuk menabung (tabungan biasa). | 34 | 41 | 13 | 0 | 3 |
| 4 | Asuransi jiwa merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan kepada keluarga seandainya suatu saat nanti pemegang asuransi meninggal. | 42 | 36 | 9 | 1 | 4 |
| 5 | Meminimalisasi risiko kerugian termasuk manfaat asuransi. | 37 | 39 | 11 | 1 | 3 |
| Modus | | | | | | 4 |

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju

dengan nilai 4, yang berarti responden memiliki tanggapan “Sangat Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Literasi Keuangan.

2. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap *E-Money* (X_2)

Tabel 4.3
Hasil Tanggapan Responden Terhadap *E-Money*

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS | Modus |
|--------------|---|----|----|----|-----|----------|
| 1 | <i>E-Money</i> diterbitkan atas dasar nilai uang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. | 36 | 39 | 11 | 2 | 4 |
| 2 | Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau <i>chip</i> sehingga mudah dan aman digunakan dalam berbelanja. | 22 | 44 | 15 | 2 | 3 |
| 3 | Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan. | 13 | 55 | 19 | 1 | 3 |
| 4 | <i>E-Money</i> sudah memenuhi kemashlahatan dan kesejahteraan | 34 | 39 | 12 | 3 | 3 |
| 5 | Saya percaya <i>e-money</i> sudah memberikan pengawasan yang baik apabila adanya resiko dan kendala yang dialami penggunaanya. | 29 | 48 | 10 | 1 | 3 |
| Modus | | | | | | 3 |

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju dengan nilai 3, yang berarti responden memiliki tanggapan “Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan *Electronic Money (E-Money)*.

3. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Minat Belanja (Y)

Tabel 4. 4
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat Belanja

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS | Modus |
|--------------|--|----|----|----|-----|----------|
| 1 | Saya berminat belanja hanya sesuai kebutuhan. | 43 | 32 | 11 | 2 | 4 |
| 2 | Saya berminat belanja hanya untuk keinginan sendiri. | 25 | 43 | 19 | 1 | 3 |
| 3 | Saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati. | 37 | 41 | 10 | 0 | 3 |
| 4 | Belanja menggunakan alat pembayaran <i>e-money</i> dapat memenuhi prinsip menjaga harta seperti keamanan dalam bertransaksi. | 26 | 45 | 16 | 1 | 3 |
| 5 | Kemashlahatan yang ada dalam <i>e-money</i> membuat saya berminat belanja dan merekomendasikan kepada orang lain. | 19 | 54 | 14 | 0 | 3 |
| Modus | | | | | | 3 |

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa nilai yang sering muncul pada setiap pertanyaan adalah setuju

dengan nilai 3, yang berarti responden memiliki tanggapan “Baik” terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Minat Belanja.

4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Tujuan uji validitas instrument adalah untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner. Validitas tiap butir pernyataan dalam kuisisioner penelitian diketahui dengan melakukan uji signifikan yang membandingkan koefisien korelasi (R_{hitung}) dengan nilai kritis (R_{tabel}) untuk derajat kebebasan (df)= $n-2$ dengan signifikan 10%. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} . Jadi, dalam penelitian ini $df = 88 - 2$ atau $df = 86$ dengan alpha 10% atau signifikan 0,1 sehingga didapatkan hasil untuk $R_{tabel} = 0,1765$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

| No. | Variabel | Item | Rtabel | Rhitung (Pearson Correlation) | Keterangan |
|-----|--------------------------------|------|--------|----------------------------------|------------|
| 1. | Literasi Keuangan (X_1) | LK.1 | 0,1765 | 0,829 | Valid |
| | | LK.2 | 0,1765 | 0,827 | Valid |
| | | LK.3 | 0,1765 | 0,815 | Valid |
| | | LK.4 | 0,1765 | 0,889 | Valid |
| | | LK.5 | 0,1765 | 0,822 | Valid |

Tabel 4.5 -Lanjutan

| No. | Variabel | Item | Rtabel | Rhitung (Pearson Correlation) | Keterangan |
|-----|---------------------------|------|--------|----------------------------------|------------|
| 2. | E-Money (X ₂) | EM.1 | 0,1765 | 0,796 | Valid |
| | | EM.2 | 0,1765 | 0,833 | Valid |
| | | EM.3 | 0,1765 | 0,778 | Valid |
| | | EM.4 | 0,1765 | 0,803 | Valid |
| | | EM.5 | 0,1765 | 0,790 | Valid |
| 3. | Minat Belanja (Y) | MB.1 | 0,1765 | 0,755 | Valid |
| | | MB.2 | 0,1765 | 0,593 | Valid |
| | | MB.3 | 0,1765 | 0,762 | Valid |
| | | MB.4 | 0,1765 | 0,750 | Valid |
| | | MB.5 | 0,1765 | 0,805 | Valid |

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai masing-masing item pernyataan memiliki R_{hitung} positif dan lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0,1765. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X_1 , X_2 , dan Y dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari pengukuran tetap konsisten dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* > 0, 60. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Nilai <i>Cronbach'</i> | Keterangan |
|----|-------------------|------------------------|------------|
| 1. | Literasi Keuangan | 0,892 | Reliabel |
| 2 | <i>E-Money</i> | 0,858 | Reliabel |
| 3 | Minat Belanja | 0,778 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas pada tabel 4.6 diketahui bahwa variabel literasi keuangan, *e-money*, dan minat belanja dinyatakan reliabel kerana memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pernyataan disetiap variabel dinyatakan reliabel (layak) karena memiliki nilai *cronbach alpha* >0,60.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

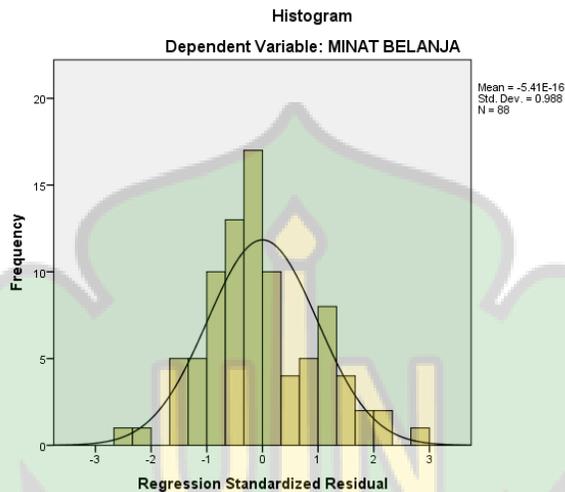
| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 88 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .08250574 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .111 |
| | Positive | .111 |
| | Negative | -.077 |
| Test Statistic | | .111 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .009 ^c |

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

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,09 yang artinya nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi regresi tersebut terdistribusi normal.

Gambar 4.1
Histogram Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Dari gambar 4.1 grafik histogram menunjukkan bahwa hasil data membentuk sebuah grafik atau pola distribusi bentuk kurva menggunung, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Salah satu metode untuk menguji multikoleniaritas dilakukan dengan cara melihat *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan adanya multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , begitupun sebaliknya. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|---------------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 | | |
| | LITERASI | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 | .511 | 1.956 |
| | KEUANGAN | | | | | | | |
| | E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 | .511 | 1.956 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

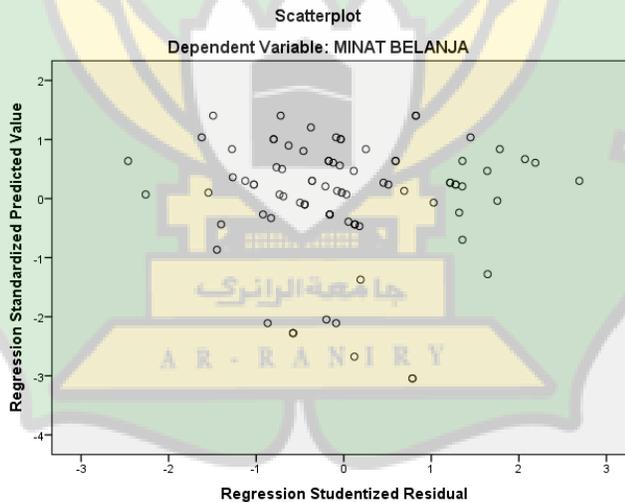
Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat hasil uji yang telah dilakukan, yaitu nilai tolerance untuk semua variabel $> 0,10$ ($X_1 = 0,511$ dan $X_2 = 0,511$) dapat dikatakan bahwa diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas. Kemudian jika dilihat dari nilai perhitungan VIF < 10 pada semua variabel ($X_1 = 1,956$ dan $X_2 = 1,956$). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independent dengan variabel dependen.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada dan tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda, yaitu dengan grafik *scatterplot* atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk peneltian yang baik yaitu tidak terdapatnya heteroskedstisitas.

Gambar 4.1
Plot Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Dapat dilihat dari gambar 4.2 bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-

titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. kemudian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteoskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, dan *e-money* terhadap minat belanja pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dengan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 |
| LITERASI KEUANGAN | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 |
| E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA
Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 23 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda untuk variabel literasi keuangan (X_1) sebesar 0,437 dan variabel *e-money* (X_2) sebesar 0,499 dengan konstanta 2,539. Rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,539 + 0,437 X_1 + 0,499 X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan pada Tabel 4.14 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,539 menyatakan bahwa jika adanya variabel literasi keuangan (X_1) dan *e-money* (X_2), maka akan meningkatkan minat belanja (Y) sebesar 2,539.
2. Koefisien regresi X_1
Hasil persamaan menunjukkan nilai b_1 sebesar 0,437 dan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi X_1 pada variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja.
3. Koefisien regresi X_2
Hasil persamaan menunjukkan nilai b_2 sebesar 0,499 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi X_2 pada variabel *e-money* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya satu variabel independent (literasi Keuangan dan *e-money*) secara individual terhadap variabel dependen (minat belanja). Pengujian ini memiliki kriteria yaitu:

1. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)
2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka tidak dapat menolak H_0 (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y)

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai T_{tabel} sebesar 1,988 yang diperoleh dari $df = n - k$ yaitu $88 - 2 = 86$ (dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas). Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%) pada taraf signifikansi 95%. Hasil dari uji parsial atau uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial (Uji T)

| | | coefficients ^a | | | | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 |
| | LITERASI KEUANGAN | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 |
| | E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.10 maka dapat dilakukan pembuktian sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis 1 yaitu Pengaruh Variabel Literasi Keuangan (X_1) Terhadap minat Belanja (Y). Hasil uji T diperoleh nilai T_{hitung} literasi keuangan (X_1) yaitu 5,629 yang lebih besar dari nilai T_{tabel} yaitu 1,988 dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja.
2. Pengujian hipotesis 2 yaitu Pengaruh Variabel *E-Money* (X_2) Terhadap Minat Belanja (Y). Hasil uji T diperoleh nilai T_{hitung}

E-Money (X_2) yaitu 6,500 yang lebih besar dari nilai T_{tabel} yaitu 1,988 dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja.

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% (0,05), jika nilai probabilitas 0,05, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam pengambilan keputusan pada uji simultan (uji) adalah dengan melakukan pengujian menggunakan bantuan program SPSS 23 dan memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

Hasil dari uji simultan (uji f) dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 431.410 | 2 | 215.705 | 123.630 | .000 ^b |
| | Residual | 148.306 | 85 | 1.745 | | |
| | Total | 579.716 | 87 | | | |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

b. Predictors: (Constant), E-MONEY, LITERASI KEUANGAN

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Dari tabel 4.11 diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 123,630 dengan nilai signifikan 0,000 dan $df_1=2$, $df_2= n-k= 88-3 = 85$ (dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas) didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3,104. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $123,630 > 3,104$ dan besar signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen (literasi keuangan dan *e-money*) memiliki pengaruh simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat belanja).

4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menguji seberapa besar nilai presentase kontribusi variabel bebas terhadap

variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan aplikasi SPSS 26 hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .863 ^a | .744 | .738 | 1.32090 |

A. Predictors: (Constant), E-Money, Literasi Keuangan

B. Dependent Variable: Minat Belanja

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2022)

Dari tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,744 yang artinya menunjukkan bahwa antara literasi keuangan dan *e-money* terhadap minat belanja pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh sebesar 74,4% sedangkan sisanya adalah sebesar 25,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

4.6 Pembahasan Penelitian

Pada bab pembahasan ini akan dibahas mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja dalam perspektif maqashid syariah, pengaruh finansial teknologi berbasis *e-money* terhadap minat belanja dalam perspektif maqashid syariah dan

pengaruh literasi keuangan dan finansial teknologi berbasis *e-money* terhadap minat belanja perspektif maqashid syariah.

4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif *Maqashid* Syariah

Hasil penelitian ini berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa literasi keuangan memiliki nilai T hitung sebesar 5,629 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,988 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat belanja. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan pada mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh berpengaruh terhadap minat belanja dapat dikatakan bahwa semakin banyaknya literasi keuangan yang didapat oleh mahasiswa/I maka dapat menjadi jaminan dalam meningkatkan minat belanja. Dari persamaan regresi linear berganda pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa literasi keuangan memiliki koefisien positif sebesar 0,437 sehingga dapat dikatakan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh sebesar 43,7% terhadap minat belanja. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratih (2020) yang mengatakan bahwa literasi keuangan secara langsung berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay.

Ditinjau dari maqashid syari'ah, dengan adanya literasi keuangan dapat menambah pengetahuan mahasiswa/I sehingga

dengan pengetahuan yang dimiliki dapat memudahkan mahasiswa/I dalam menemukan produk yang diminati. Mewujudkan kemaslahatan yang sesuai dengan maqashid syari'ah, sebagai sebuah cara dalam menjaga harta yang dapat mendatangkan kemaslahatan bagi semua pihak, baik dari sisi duniawi yaitu terhindar dari unsur *gharar*, *maisir* *tadlis* dan *riba* , maupun dari sisi ukhrawi dapat mendatangkan keselamatan agar terhindar dari penipuan pencurian, dan lain-lain. Sehingga dapat meraih kebahagiaan (al-falah) yang hakiki di akhirat kelak.

4.6.2 Pengaruh *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif *Maqashid syariah*

Hasil penelitian ini berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa *e-money* memiliki nilai T_{hitung} sebesar 6,500 yang lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1,988 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *e-money* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat belanja. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* pada mahasiswa/I prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh berpengaruh terhadap minat belanja dapat dikatakan bahwa dengan adanya *e-money* yang digunakan oleh mahasiswa/I maka dapat menjadi jaminan dalam meningkatkan minat belanja. Dari persamaan regresi linear berganda pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa *e-money* memiliki koefisien positif sebesar 0,449, sehingga dapat dikatakan bahwa *e-money* dapat

memberikan pengaruh sebesar 44,9% terhadap minat belanja. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rianti (2020) yang mengatakan bahwa *electronic money (e-money)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Ditinjau dari maqashid syari'ah, secara umum uang elektronik telah sesuai dengan maqashid syari'ah. Kesesuaian ini didapat dengan terpenuhinya prinsip menjaga harta seperti keamanan dalam bertransaksi dan tidak menyebabkan pengeluaran yang berlebihan karena adanya batas maksimal nilai *e-money*. Menjaga harta merupakan salah satu unsur penting dalam maqashid syariah. Kemashlahatan yang ada pada *e-money* seperti dalam melakukan transaksi menggunakan *e-money* lebih cepat dan hemat waktu, transaksi menggunakan *e-money* lebih mudah dan efisien, artinya dalam menggunakan *e-money* tidak perlu bersusah payah untuk membawa uang tunai. Dengan kemashlahatan yang ada pada *e-money* dapat meningkatkan minat belanja mahasiswa/I dan merekomendasikannya kepada orang lain, dan dapat mendatangkan kemashlahatan bagi mahasiswa/I berbelanja hanya sesuai dengan kebutuhan dan bukan hanya untuk keinganan saja.

4.6.3 Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Perspektif Maqashid syariah

Secara umum, literasi keuangan (X_1) dan *e-money* (X_2) terhadap minat belanja (Y) sangat berpengaruh signifikan. Berdasarkan hasil penelitian, minat belanja mampu dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan *e-money* sebesar 74,4% sedangkan sisanya adalah sebesar 25,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh antara literasi keuangan dan *e-money* terhadap minat belanja.

Jika ditinjau dari konsep maqashid syari'ah, literasi keuangan dan finansial teknologi berbasis *e-money* merupakan satu kesatuan yang mendukung prinsip dan tujuan dari ekonomi Islam, yaitu kemaslahatan di dunia dan akhirat (falah). Melalui literasi keuangan, akan menambah pengetahuan seseorang mengenai perkembangan dibidang keuangan, seperti saat ini dimana keuangan digital sangat berkembang pesat. Sehingga dapat mendatangkan kemashlahatan yang sangat menjunjung nilai-nilai dan tujuan syariah yaitu *hifdzul maal* (menjaga harta). Ketika harta terlindungi, maka secara otomatis jiwa dan keturunannya juga akan terlindungi dan tidak bertentangan dengan maqashid syariah. Begitupun dengan finansial teknologi berbasis *e-money* yang diukur dari 5 indikator, yaitu *E-money* diterbitkan atas dasar nilai uang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau

chip; tercapainya kemashlahatan dan kesejahteraan; etika konsumsi berdasarkan konsep islam; resiko dan kendala serta upaya kontrol dan pengawasan. Secara keseluruhan, semuanya sangat bergantung pada seberapa besar keingintahuan seseorang terhadap perkembangan finansial teknologi begitupula dukungan dari pemerintah sehingga diperlukan kerjasama antar kelompok masyarakat dan pemerintah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan finansial teknologi berbasis *e-money* terhadap minat belanja u dalam perspektif *maqashid syariah* pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, maka diperoleh kesimpulan jawaban dari perumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel literasi keuangan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan pada mahasiswa/I FEBI UIN Ar-Raniry berpengaruh terhadap minat belanja artinya semakin banyak pengetahuan mengenai literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa/I maka dengan pengetahuan literasi keuangan yang dimiliki menjadi jaminan dapat meningkatkan minat belanja dengan mengikuti perkembangan keuangan digital.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel electronic money (*E-Money*) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* pada mahasiswa/I FEBI UIN Ar-Raniry berpengaruh terhadap

minat belanja artinya dengan adanya e-money dapat meningkatkan minat belanja mahasiswa/I dan merekomendasikannya kepada orang lain dan e-money dapat mendatangkan kemashlahatan bagi mahasiswa/I berbelanja hanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk keinginan saja.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dan dapat dijadikan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya diantaranya, yaitu:

1. UIN Ar-Raniry Banda Aceh khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, peneliti menyarankan agar pelaksanaan literasi keuangan dapat lebih ditingkatkan juga tetap memberikan teori-teori serta praktek langsung sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/I seperti pengeahuan dalam perkembangan keuangan digital, terutama minat dalam menggunakan *e-money* dalam bertansaksi. Serta penulisi menyarankan agar pihak FEBI mengembangkan penelitian mengenai *e-money* yang lebih luas.
2. Bagi pemerintah agar lebih sering mengadakan edukasi mengenai literasi keuangan pada mahasiswa/I seperti mengadakan seminar, workshop dan gerakan lainnya yang dapat memicu mahasiswa untuk memahami dan

menerapkan pentingnya literasi keuangan. Saran yang sangat penting juga peneliti sampaikan kepada pihak BI, untuk mengawasi keamanan, kelancaran, transparansi jalannya sistem pembayaran melalui *e-money*. Seperti lebih dikuatkan keamanan teknologi informasi, agar ada yang mengawasi jalannya arus transaksi *e-money*. Bertujuan untuk terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar dapat mengkaji dan meneliti secara mendalam untuk variabel yang ada dan faktor lain seperti persepsi dan kelompok referensi yang dapat mempengaruhi minat belanja. Dengan banyaknya penelitian mengenai pemasaran khususnya mengenai literasi keuangan dan *electronic money* maka mahasiswa akan mudah dalam menemukan referensi-refensi terbaru untuk menunjang pengetahuan dan pembelajaran mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi keuangan dan manajemen keuangan pribadi mahasiswa di provinsi Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 68-98.
- Aksami, N. M., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *Ekonomi Pembangunan*, 2439-2470.
- Alawi, N. M., Asih, V. S., & Sobana, D. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology. *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, 36-44.
- Anam, C. (2018). E-money (Uang Elektronik) dalam Perspektif Hukum Syariah. *Jurnal Qawanin*, 95-112.
- Dikria, O., & W, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan PengendalianDiri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 143-155.
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugroho, M. A. (2013). PENGARUH SIKAP MENGHINDARI RISIKO SHARING DAN. *Jurnal Nominal*, 195-196.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giriani, A. P., & Susanti. (2018). Pengaruh Liyerasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money . *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 27-37.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Fadly, A. F., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ibrahim, A. s., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia.
- Kartika, A. (2018). pengaruh persepsi kegunaan,persepsi kemudahan, dan persepsi keamananterhadap minat penggunaan e-money (studi pada Pengguna Go-Pay di kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-13.
- Kemendikbud. (2018). *Gerakan Literasi Nasional*. Jakarta
- Muamar, A., & Alparisi, A. S. (2017). Electronic money (e-money) dalam perspektif. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 78-84.
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. Retrieved from BINUS University Business School: [https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/#:~:text=Menurut%20Ghozali%20\(2016\)%20uji%20norma%20alita,uji%20statistik%20akan%20mengalami%20penurunan](https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/#:~:text=Menurut%20Ghozali%20(2016)%20uji%20norma%20alita,uji%20statistik%20akan%20mengalami%20penurunan).
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif

- Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syatiah*, 810-826.
- Oscar, B., & Ulfiani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 1-9.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. “Rancangan Peraturan, Otoritas Jasa Keuangan Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Untuk Konsumen”. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx> (diakses pada 23 Maret 2022)
- Purba, M. A. (2020). Menakar Minat Mahasiswa Universitas Putera Batam. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 132-141.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-46.
- Rifi'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam. *Journal Of Sharia Economics*, 1-14.
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech As One Of The Financing Solutions For Smes. : *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1-12.
- Rohmah, F. (2018). Perkembangan Uang Elektronik Pada perdagangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 1-19.
- Sari, S. W. (2016). Perkembangan dan Pemikiran Uang dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 40-57.

- Sayuti, M. N. (2018). E-Money Ditinjau Dari Dimensi Maqāsid Al-Syari'ah. *Al-Qard*, 18-23.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Soenarso, S. A., & Hidayat, K. (2021, Februari Senin). *keuangan*. Retrieved from Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/survei-sharing-vision-gopay-ovo-shopeepay-paling-banyak-digunakan> (diakses pada 28 Maret 2022)
- Suganda, A. (2020). Urgensi dan Tingkatan Maqashid Syari'ah dalam Kemaslahatan. *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*, 1-16.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 IPB). *e-Proceeding of Management*, 3104-3111.
- Syamsuri, I. K., & Ahmad, H. F. (2020). E-Money Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 74-86.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 89-96.
- Ulfatun, T., Udhma, U. S., & Dewi, R. S. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, 1-13.

Widaningrum, A. (2020). Hukum Islam dan Penggunaan Uang Elektronik. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/anisa27122/5fa10805bbffde3774397d52/hukum-islam-dan-penggunaan-uang-elektronik> (diakses pada 25 November 2021)





LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUESIONER

**PENGARUH FINANSIAL TEKNOLOGI BERBASIS *E-MONEY*
TERHADAP MINAT BELANJA DALAM TINJAUAN
MAQASHID SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Saya Andini Ulya, mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melakukan Proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Finansial Teknologi Berbasis *E-Money* Terhadap Minat Belanja Dalam Tinjauan *Maqashid Syariah*” (Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh).**

Sehubungan dengan hal tersebut, saya bermaksud meminta kesediaan mahasiswa/I Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry untuk menjadi responden dengan mengisi kuisisioner ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya,

Andini Ulya

A. Data Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Mahasiswa/I FEBI UIN Ar-Raniry untuk menjawab pertanyaan ini pada kolom yang tersedia:

Nama :

Nim :

Jenis Kelamin : L/P

B. Petunjuk Pengisian

Berikanlah tanda *Cheklis* (√) yang sesuai dengan keadaan sebenarnya untuk menjawab pertanyaan pada kolom yang tersedia dengan beberapa pilihan sebagai berikut:

Sangat Setuju : SS

Setuju : S

Tidak Setuju : TS

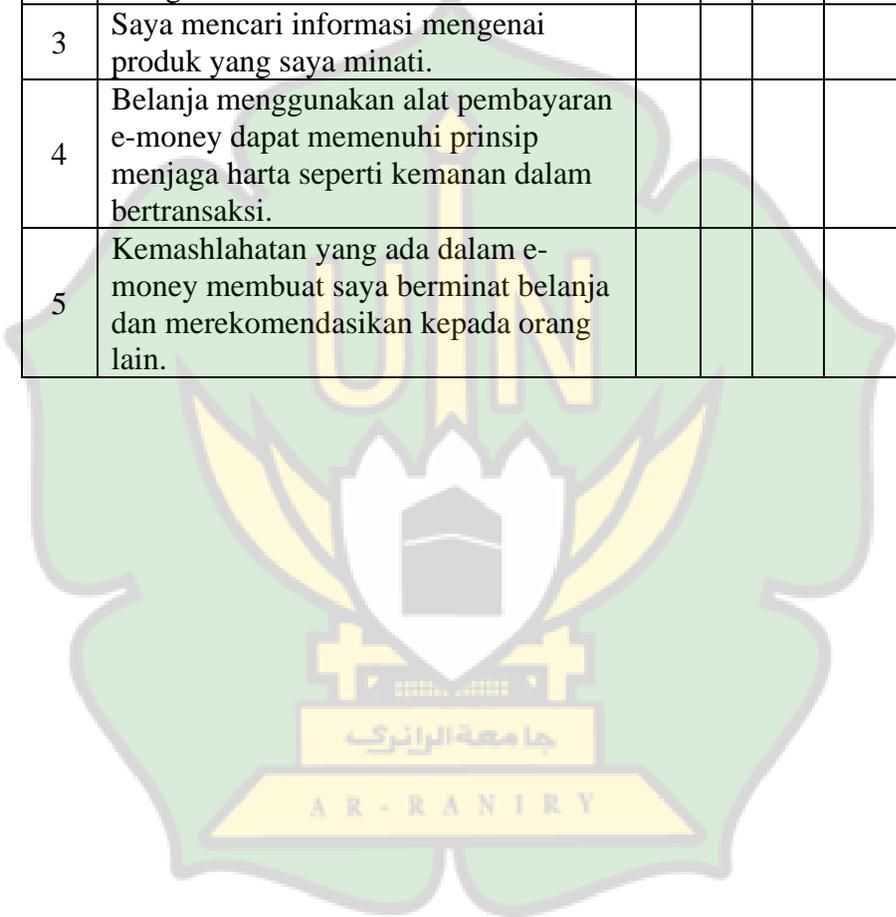
Sangat Tidak Setuju : STS

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|-------------------|--|----|---|----|-----|
| Literasi Keuangan | | | | | |
| 1 | Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. | | | | |
| 2 | Fungsi OJK yaitu menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor jasa keuangan. | | | | |

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|-----|---|----|---|----|-----|
| 3 | Perbedaan tabungan dan deposito yaitu deposito untuk investasi, sedangkan tabungan untuk menabung (tabungan biasa). | | | | |
| 4 | Asuransi jiwa merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan kepada keluarga seandainya suatu saat nanti pemegang asuransi meninggal. | | | | |
| 5 | Meminimalisasi risiko kerugian termasuk manfaat asuransi. | | | | |

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|----------------|--|----|---|----|-----|
| <i>E-Money</i> | | | | | |
| 1 | <i>E-Money</i> diterbitkan atas dasar nilai uang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. | | | | |
| 2 | Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip sehingga mudah dan aman digunakan dalam berbelanja. | | | | |
| 3 | <i>E-Money</i> sudah memenuhi kemashlahatan dan kesejahteraan. | | | | |
| 4 | Etika konsumsi berdasarkan konsep islam dengan adanya batas maksimal <i>e-money</i> tidak menyebabkan pengeluaran yang berlebihan. | | | | |
| 5 | saya percaya <i>e-money</i> sudah memberikan pengawasan yang baik apabila adanya resiko dan kendala yang dialami penggunaanya. | | | | |

| No. | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|---------------|---|----|---|----|-----|
| Minat Belanja | | | | | |
| 1 | Saya berminat belanja hanya sesuai kebutuhan. | | | | |
| 2 | Saya berminat belanja hanya untuk keinginan sendiri. | | | | |
| 3 | Saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati. | | | | |
| 4 | Belanja menggunakan alat pembayaran e-money dapat memenuhi prinsip menjaga harta seperti keamanan dalam bertransaksi. | | | | |
| 5 | Kemashlahatan yang ada dalam e-money membuat saya berminat belanja dan merekomendasikan kepada orang lain. | | | | |

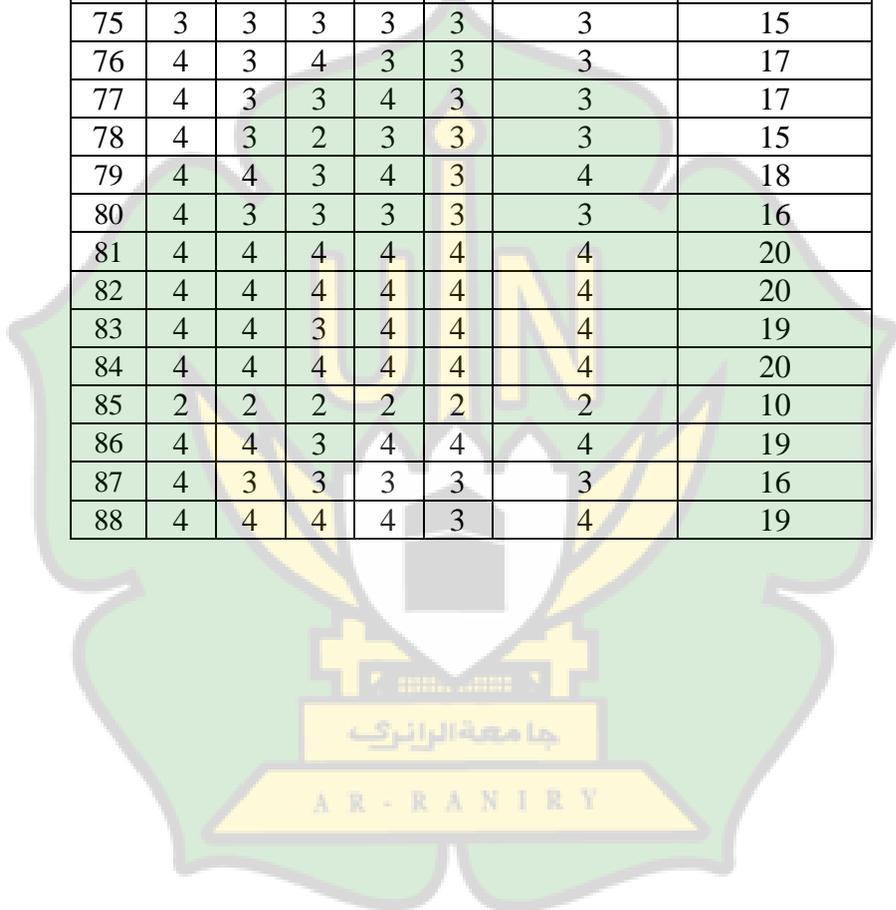


Lampiran 2 Tabulasi Data

| No. | Literasi Keuangan (X_1) | | | | | Modus (X_1) | Jumlah (X_1) |
|-----|-----------------------------|---|---|---|---|-----------------|------------------|
| 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 7 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 8 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 11 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 13 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 15 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 21 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 27 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 31 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |

| No. | Literasi Keuangan (X ₁) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|-------------------------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 35 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 36 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 39 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 49 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 53 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 55 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 57 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 15 |
| 58 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 63 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 68 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 69 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |

| No. | Literasi Keuangan (X ₁) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|-------------------------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 70 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 71 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 72 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 78 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 79 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 83 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 87 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |



| No. | E-Money (X ₂) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|---------------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 7 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 13 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 11 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 12 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 15 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 7 |
| 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 17 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 21 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 25 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 26 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 30 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 31 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

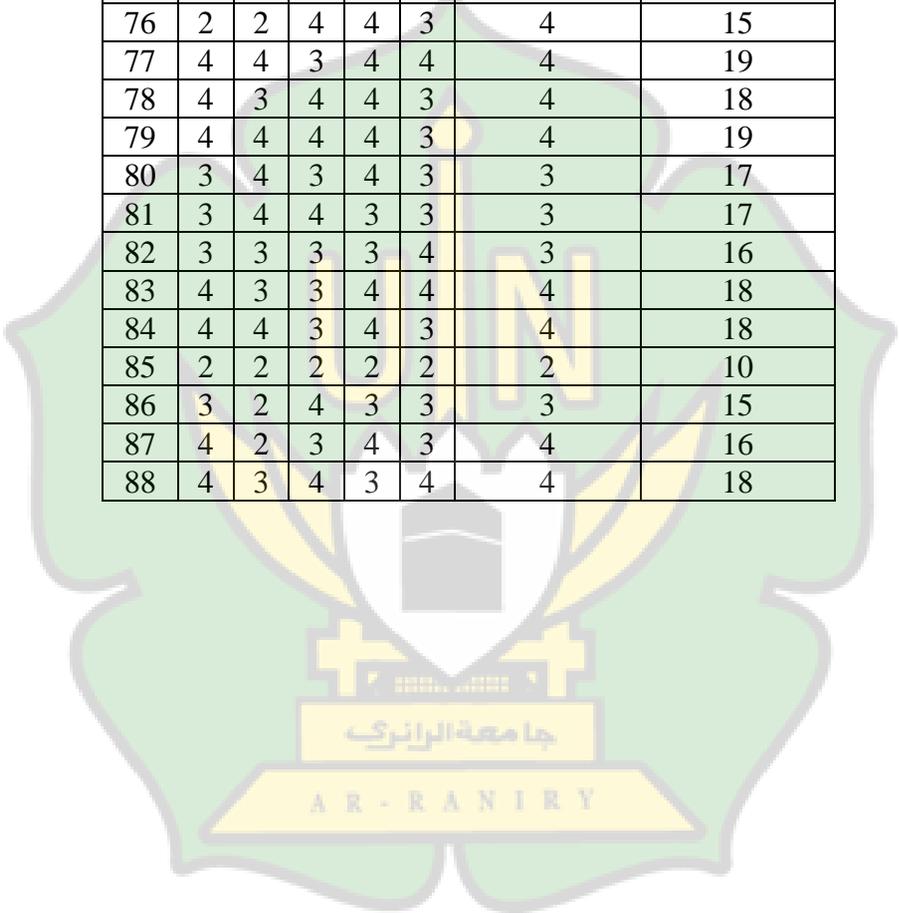
| No. | E-Money (X ₂) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|---------------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 36 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 39 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 15 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 49 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 51 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 54 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 56 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 63 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 67 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| 68 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 70 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |

| No. | E-Money (X ₂) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|---------------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 71 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 72 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 75 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 78 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 81 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 82 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 14 |
| 83 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 84 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 75 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 78 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 81 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 82 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 14 |
| 83 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 84 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

| No. | Minat Belanja (Y) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|-------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 17 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 17 |
| 7 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 14 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 9 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 20 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 21 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 24 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 27 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 31 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 32 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

| No. | Minat Belanja (Y) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|-------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 36 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 37 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 15 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 39 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 11 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 43 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 44 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 13 |
| 45 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 47 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 49 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 10 |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 52 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 54 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 55 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| 56 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 57 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 17 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 67 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 15 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

| No. | Minat Belanja (Y) | | | | | Modus (X ₁) | Jumlah (X ₁) |
|-----|-------------------|---|---|---|---|-------------------------|--------------------------|
| 71 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 72 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 15 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 74 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 75 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 76 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 77 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 80 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 81 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 83 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 84 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 86 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 87 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 88 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |



Lampiran 3 Hasil Analisis *Output*

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | Jenis Kelamin | | | |
|---------|-----------|---------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-Laki | 20 | 12.3 | 22.7 | 22.7 |
| | Perempuan | 68 | 42.0 | 77.3 | 100.0 |
| | Total | 88 | 54.3 | 100.0 | |
| Missing | System | 74 | 45.7 | | |
| Total | | 162 | 100.0 | | |



Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS LITERASI KEUANGAN (X₁)

| | | Correlations | | | | | LITERASI KEUANGAN |
|-------------------|---------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| | | LK.1 | LK.2 | LK3 | LK4 | LK5 | |
| LK.1 | Pearson Correlation | 1 | .637* | .579* | .679* | .562* | .829** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK.2 | Pearson Correlation | .637* | 1 | .576* | .692* | .548* | .827** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK3 | Pearson Correlation | .579* | .576* | 1 | .642* | .624* | .815** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK4 | Pearson Correlation | .679* | .692* | .642* | 1 | .705* | .889** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK5 | Pearson Correlation | .562* | .548* | .624* | .705* | 1 | .822** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LITERASI KEUANGAN | Pearson Correlation | .829* | .827* | .815* | .889* | .822* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |

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

Reliabilitas Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .892 | 5 |



UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS *E-MONEY* (X₂)

Correlations

| | | LK.1 | LK.2 | LK3 | LK4 | LK5 | LITERASI KEUANGA N |
|----------------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| LK.1 | Pearson Correlation | 1 | .637** | .579** | .679** | .562** | .829** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK.2 | Pearson Correlation | .637** | 1 | .576** | .692** | .548** | .827** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK3 | Pearson Correlation | .579** | .576** | 1 | .642** | .624** | .815** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK4 | Pearson Correlation | .679** | .692** | .642** | 1 | .705** | .889** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LK5 | Pearson Correlation | .562** | .548** | .624** | .705** | 1 | .822** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| LITERASI KEUANGAN | Pearson Correlation | .829** | .827** | .815** | .889** | .822** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |

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

Reliabilitas E-Money (X₂)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .858 | 5 |



UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS MINAT BELANJA (Y)

Correlations

| | | MB.1 | MB.2 | MB.3 | MB.4 | MB.5 | MINAT BELANJ A |
|------------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| MB.1 | Pearson Correlation | 1 | .292** | .516** | .376** | .536** | .755** |
| | Sig. (2-tailed) | | .006 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| MB.2 | Pearson Correlation | .292** | 1 | .320** | .250* | .269* | .593** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | | .002 | .019 | .011 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| MB.3 | Pearson Correlation | .516** | .320** | 1 | .467** | .519** | .762** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .002 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| MB.4 | Pearson Correlation | .376** | .250* | .467** | 1 | .681** | .750** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .019 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| MB.5 | Pearson Correlation | .536** | .269* | .519** | .681** | 1 | .805** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .011 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| MINAT BELANJA | Pearson Correlation | .755** | .593** | .762** | .750** | .805** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |

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

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

Reliabilitas Minat Belanja (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .778 | 5 |



Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 88 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .08250574 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .111 |
| | Positive | .111 |
| | Negative | -.077 |
| Test Statistic | | .111 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .009 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

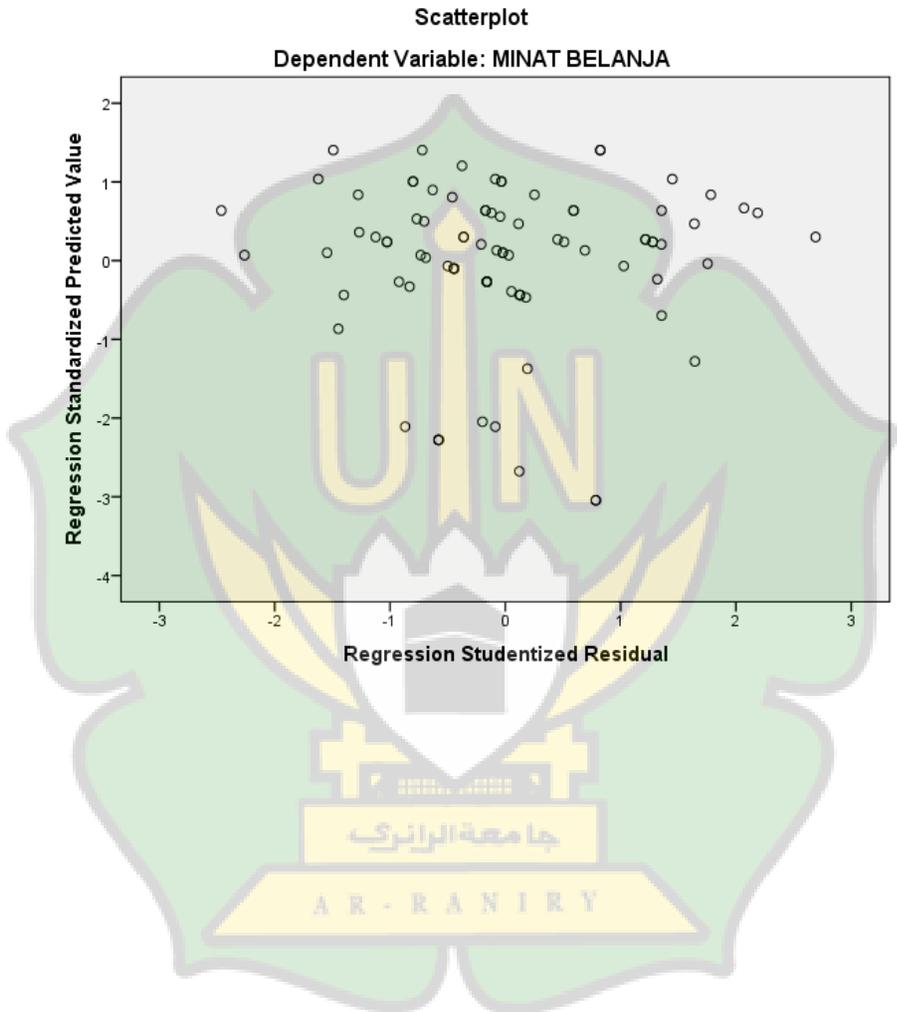
UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 | | |
| | LITERASI KEUANGAN | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 | .511 | 1.956 |
| | E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 | .511 | 1.956 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

UJI HETEROSKEDASTISITAS MENGGUNAKAN SACTTERPLOT



Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 |
| | LITERASI KEUANGAN | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 |
| | E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

UJI PARSIAL (UJI T)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.539 | .858 | | 2.959 | .004 |
| | LITERASI KEUANGAN | .376 | .066 | .437 | 5.692 | .000 |
| | E-MONEY | .444 | .068 | .499 | 6.500 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 431.410 | 2 | 215.705 | 123.630 | .000 ^b |
| | Residual | 148.306 | 85 | 1.745 | | |
| | Total | 579.716 | 87 | | | |

a. Dependent Variable: MINAT BELANJA

b. Predictors: (Constant), E-MONEY, LITERASI KEUANGAN

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .863 ^a | .744 | .738 | 1.32090 |

a. Predictors: (Constant), E-MONEY, LITERASI KEUANGAN

b. Dependent Variable: MINAT BELANJA