

**PENGARUH *ELECTRONIC WALLET*, GAYA HIDUP DAN  
PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI  
MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
CURUP ANGKATAN - 2018**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH:

**DINA SAFITRI  
NIM: 18681014**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN CURUP**

**2022**

Hal : Pengajuan skripsi

Kepada  
Yth. Rektor IAIN Curup

Di  
Curup

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

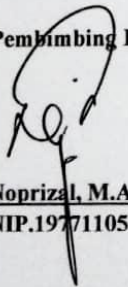
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Dina Safitri** mahasiswa IAIN Curup yang berjudul: "*Pengaruh Electronic Wallet, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Angkatan-2018*", sudah dapat diajukan dalam sidang *munaqasyah* Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima Kasih.


Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, 14 Juni 2022

Pembimbing I

  
Noprizal, M.Ag  
NIP.19771105 200901 1 007

Pembimbing II

  
Andriko, M.E.Sy  
NIP.19890101 201903 1 019

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Safitri

Nomor Induk Mahasiswa : 18681014

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 14 Juni 2022

Peneliti,

**Dina Safitri**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119  
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultessyariah@ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : **067** /In.34/FS/PP.00.9/08/2022

Nama : **Dina Safitri**  
NIM : **18681014**  
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**  
Prodi : **Ekonomi Syariah**  
Judul : **Pengaruh *Electronic Wallet*, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018**

Telah dimunaqsyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : **Selasa, 26 Juli 2022**  
Pukul : **11.00-12.30 WIB**  
Tempat : **Ruang 1 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

Curup, 11 Agustus 2022

**TIM PENGUJI**

Ketua,

**Lendrawati, S.Ag., S.Pd., MA**  
NIDN. 2007037703

Sekretaris,

**Tomi Agustian, M.H**  
NIP. 19980804 201903 1 011

Penguji I,

**Dr. Busman Edyar, S. Ag., MA**  
NIP. 19750406 201101 1 002

Penguji II,

**Mega Ilhamiwati, M.A**  
NIP. 19861024 201903 2 007

Mengesahkan

**Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam**



**Dr. Yusufri, M.Ag**  
NIP. 19700202 199803 1 007

## KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berjudul **“Pengaruh *Electronic Wallet*, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Angkatan-2018”**, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah.

Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesainya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Curup.
2. Orang tuaku bapak tercinta Rohadi dan ibu tersayang Zumaroh beserta saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan, semangat serta do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Yusefri, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Mega Ilhamiwati, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.

5. Ahmad Danu Syahputra, S.E.I., M.S.I selaku penasihat akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik penulis.
6. Noprizal, M.Ag dan Bapak Andriko, M.E.Sy selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat penyelesaian penyusunan skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan, yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan Karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
9. Kepada Pihak IAIN Curup dan Mahasiswa, yang telah memberikan izin penelitian serta banyak membantu, meluangkan waktu untuk memeberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam rangka penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan rendah hati peneliti mohon bimbingan untuk kemajuan dimasa mendatang. Peneliti juga sangat

mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa pada umumnya dan bagi peneliti khususnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT, peneliti senantiasa memohon ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini, *Aamin.*

Curup, Juni 2022

**Peneliti**

**Dina Safitri**  
**Nim 18681014**

## **MOTTO**

**“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu, maka Ia akan berada di jalan  
Alloh hingga Ia kembali”**

**(HR. Tirmidzi)**

**“Alloh merahasiakan masa depan”**

**Untuk menguji kita agar**

**“berperasangka baik”**

**“berusaha yang terbaik”**

**“bersyukur dan bersabar”**

**(Teman Sholih)**

**“Talk Less Do More”**

**“Every Wave of Life Teaches You some Lessons”**

**“Light Always Finds Its Way”**



## PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun peneliti bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Terkhusus kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Almarhum Ayahanda (Rohadi) dan Ibunda (Zumaroh). Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada saya.
- Saudara- saudaraku yang juga tidak kalah banyak dalam memberi dukungan dalam bentuk moril ataupun materi kepada saya. Kakak pertama ku : M. Ariant Abdu Rohman, Kakak ke-dua ku : Eri Sulistia Ningsih, S.Pd, Kakak ke-tiga ku : Wahyu Hidayat, S.T dan Adek ku : M. Abdu Salam Firdaus. Terima kasih banyak atas semua perjuangan yang selama ini diberikan kepada saya sampai detik ini.
- Keluarga Besar saya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih untuk doa, nasehat, masukan dan semangatnya selama ini.
- Sahabat-sahabatku yang selalu menemani, mendengarkan dan menasehatiku Mutia Uswatun Hasanah, Fadyla Erlyza, Aisah Dian Lestari, Royan Nur Syaidah terima kasih banyak supportnya.
- Squad Tugas Yumi Marlova, Rika Fitriani, Sabrina Rahmawati, Arif Korniyadi, Dandi Dwi S, Miftahuddin, dan Wahyu Candra terimakasih atas semua informasi, canda tawa serta selalu mengajak pada kerajinan wkwk
- *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

## ABSTRAK

**Dina Safitri (18681014): Pengaruh *Electronic Wallet*, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018**

Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang sesuai kebutuhan manusia memiliki peran penting yang mampu menyediakan dunia yang tanpa batas, jarak, ruang dan waktu. Salah satunya adalah bidang ekonomi, terdapat sistem pembayaran dalam suatu transaksi yang semakin modern dan canggih seperti *electronic wallet*. Perilaku konsumsi mahasiswa salah satunya juga berkaitan dengan gaya hidup serta promosi dari suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Konsumsi menurut Islam adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia yang memiliki tujuan utama agar mencapai kebaikan dunia dan akhirat. Bersenang-senang, mengkonsumsi, dan bergaya berlebih-lebihan sangat tidak cocok dalam Islam. Melihat kondisi tersebut penelitian ini menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, sumber data primer berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018 yang berjumlah 853 orang, sedangkan pengguna *e-wallet* berjumlah 81 orang dan sampel yang diambil adalah 65 sampel dengan menggunakan tabel penentu jumlah sampel dari Issac dan Michael dengan tingkat *margin of error* 5%. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Uji statistik yang terdiri dari uji t untuk menguji variabel secara parsial, serta uji F untuk menguji antar variabel secara simultan. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan dalam pengujian *T test* pada variabel *electronic Wallet* nilai koefisien sebesar 2,683 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$  dan pada variabel promosi nilai koefisien sebesar 3,227 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *electronic wallet* dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sedangkan variabel gaya hidup nilai koefisien sebesar 0,842 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,402 > 0,05$ , berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian secara simultan dibuktikan dengan melihat nilai koefisien sebesar 18,479 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, bahwa *electronic wallet*, gaya hidup, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018.

**Kata Kunci:** *Electronic Wallet*, Gaya Hidup, Promosi, dan Perilaku Konsumsi.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	1
C. Hipotesis .....	11
D. Batasan Masalah .....	15
E. Tujuan Penelitian .....	15
F. Manfaat Penelitian .....	15
G. Kajian Literatur .....	15
H. Definisi Operasional .....	21
I. Metode Penelitian .....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	36
A. Landasan Teori .....	36
B. Kerangka Pemikiran .....	57

<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
	A. Sejarah Berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup .....	59
	B. Visi dan Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup .....	63
	C. Tujuan dan Strategi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup ...	63
	D. Tugas Pokok dan Fungsi .....	64
	E. Motto Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup .....	65
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>67</b>
	A. Uji Instrumen .....	67
	B. Uji Asumsi Klasik.....	p76
	C. Uji Regresi Linier Berganda .....	80
	D. Uji Hipotesis .....	81
	E. Pembahasan Hipotesis.....	85
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
	A. Kesimpulan .....	90
	B. Saran.....	91
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Penggunaan E-Wallet .....	3
Gambar 1.2 Kerangka Hipotesis .....	15
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 3.1 Struktur Organisasi IAIN Curup .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa IAIN Curup Angkatan- 2018 .....	8
Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa IAIN Curup Pengguna <i>E-wallet</i> .....	10
Tabel 1.1 Tabel Issac dan Michael.....	28
Tabel 1.3 Pembobotan Nilai untuk Jawaban Responden terhadap Kuesioner .....	30
Tabel 3.1 Dekan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup Sebelum Menjadi STAIN Curup .....	55
Tabel 3.2 Ketua STAIN Curup Sebelum Menjadi IAIN Curup.....	55
Tabel 3.3 Rektor IAIN Curup Dari Tahun 2018 Sampai sekarang.....	56
Tabel 4.1 Tabel R.....	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Wallet.....	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi .....	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas .....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji T Test.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	85

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Teknologi terus berkembang sesuai zaman yang didasarkan pada kebutuhan manusia. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini juga berpengaruh pada perkembangan ekonomi, gaya hidup, dan promosi. Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang sesuai kebutuhan manusia memiliki peran penting yang mampu menyediakan dunia yang tanpa batas, jarak, ruang dan waktu. Manusia yang bisa mengikuti perkembangan teknologi dengan baik, hidupnya akan lebih produktif, praktis, ekonomis dan lebih efisien.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi ini juga mempengaruhi bidang ekonomi, diantaranya berpengaruh terhadap sistem pembayaran dalam suatu transaksi yang semakin modern dan canggih. Pada zaman sebelumnya, pembayaran dilakukan secara tunai menggunakan uang kertas maupun uang logam, saat ini pembayaran bisa dilakukan dengan sistem elektronik atau secara tidak tunai (*non tunai*) biasanya menggunakan aplikasi yang disebut sebagai *e-wallet* atau dompet digital.<sup>2</sup> Selain itu, aplikasi yang semakin canggih memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke toko.

---

<sup>1</sup> Badan Komunikasi dan Informatika, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019), hlm. 1.

<sup>2</sup> Bank Indonesia, "Sistem Pembayaran dan Penedaran Uang," [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 2008.

Smartphone dan koneksi internet membuat konsumen mendapatkan apa yang diinginkan.<sup>3</sup>

*Electronic wallet* berkembang seiring dengan munculnya *e-commerce* dan *marketplace* di Indonesia seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Bukalapak*. Alat pembayaran produk/jasa yang ingin dibeli konsumen dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja menggunakan ponsel genggam berbasis android, hanya dengan mengisi/ *top-up* saldo dari *electronic wallet*. Setiap *e-commerce* memiliki wadah untuk top up saldo nya, seperti *ShopeePay*, *Gopay*. Bank-bank juga telah membuka *platform electronic wallet* nya dan bekerja sama dengan *e-commerce* tertentu agar mampu melakukan transaksi pembayaran tanpa potongan biaya, seperti *DANA* (Pembayaran TIX ID Tiket bioskop) yang bekerjasama dengan Bank BCA, Mandiri.<sup>4</sup>

Sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/ 17/PBI/2016, terdapat 11 Bank masuk dan 21 perusahaan teknologi dan komunikasi yang masuk ke dalam daftar penyelenggara uang elektronik. *Electronic wallet* atau dompet digital diatur dalam PBI Nomor 18/40/PBI/2016 tentang yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran yang memberikan hak dan kewajiban bagi pengguna dompet elektronik maupun penerbit dompet elektronik.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> B.D Pramono, "Working Paper : Dampak Pembayrn Non-Tuni Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter," *www.bi.go.id*, September 2006.

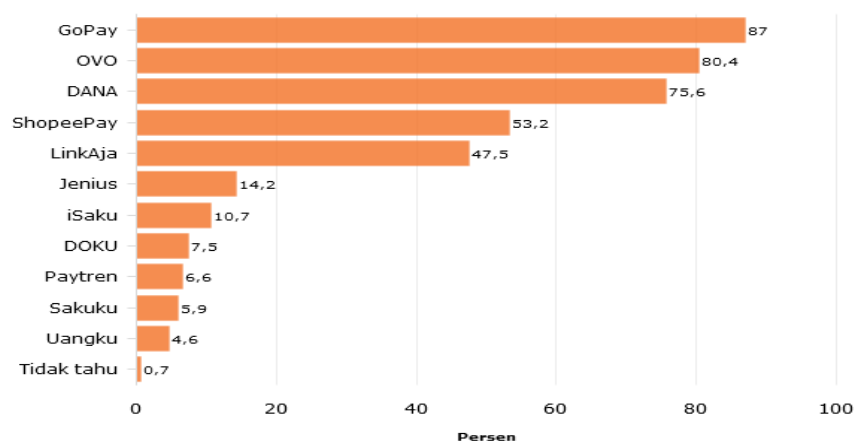
<sup>4</sup> Widia Septia Ningrum, "Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis," *Perbanas Institute Jambura*: Vol 5. No 1. 2022 : hlm. 149, <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

<sup>5</sup> "Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, (2016).,".



Berdasarkan data dari Bank Indonesia tahun 2018, transaksi *e-wallet* mencapai angka USD 1,5 miliar dan diprediksi akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023. Survei *NeuroSensum* merekrut 1.000 responden pengguna *e-commerce* aktif berusia 19-45 tahun di delapan kota besar di Indonesia. Riset dilakukan sejak November 2020 hingga Januari 2021. Namun, riset *DailySocial* akhir tahun lalu masih menyebut *GoPay* sebagai pemain dominan dalam perebutan pangsa pasar.<sup>6</sup>

**Gambar 1.1 Grafik Penggunaan E-Wallet**



Sumber : DailySocial.id

Sumber: *DailySocial*, data sejak november 2020 sampai januari 2021

Umumnya masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa yang bertempat tinggal di kota besar seperti Jakarta menggunakan dompet elektronik untuk *delivery* makanan melalui *online*, pembayaran transportasi *online*, *e-commerce*, pembelian pulsa, belanja *online*, pembayaran di resto atau café, juga untuk pembayaran tol, transportasi umum, dan lainnya. Namun berbeda dengan mahasiswa IAIN Curup, yang bertempat tinggal di wilayah yang tidak

<sup>6</sup> Vivin Dian Devita, "Aplikasi e-wallet dengan pengguna terbanyak di Indonesia," 2019, <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>. Akses pada : 04 Februari 2021

terdapat jalan tol, transportasi umum dengan pembayaran uang elektronik, dan beberapa fasilitas lain yang mengharuskan menggunakan uang elektronik, umumnya Mahasiswa IAIN Curup menggunakan *e-wallet* untuk menyimpan uang, berbelanja *online*, delivery makanan *online*, transaksi *online* seperti transfer uang dan membayar uang kuliah.<sup>7</sup>

Perubahan zaman dan perkembangan manusia, sedikit banyak mempengaruhi gaya hidup seseorang. Meski gaya hidup awalnya ditentukan oleh masing-masing individu itu sendiri. Gaya hidup seseorang dapat menggambarkan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara luas gaya hidup atau *lifestyle* dapat diartikan sebagai cara seseorang hidup, cara seseorang untuk beraktivitas menghabiskan waktu dalam bekerja, melakukan hobi, berbelanja, kegiatan sosial, dan berolahraga, gaya hidup juga dapat menunjukkan keinginan atau minat seseorang pada jenis makanan, pakaian, tempat rekreasi, bisnis, sosial, dan pembelian produk.<sup>8</sup>

Gaya hidup mencakup arti yang luas lebih dari sekedar hanya kelas sosial. Gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilhan konsumsi. Gaya hidup menggambarkan pola konsumsi seseorang dalam menggunakan waktu dan uang. Gaya hidup dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu pengaruh dari dalam diri individu dan berasal dari luar individu.<sup>9</sup> Seseorang yang hidup dengan finansial yang lebih dari cukup atau pendapatan ekonomi menengah ke atas, juga hidup di lingkungan yang berisi orang dengan

---

<sup>7</sup> Line Today, "Kenali Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital/e- wallet," *today.line.me*, 13 Juli 2019, <https://today.line.me/id/v2/article/>.

<sup>8</sup> Mandey Silvy, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 98.

<sup>9</sup> Silvy, hlm. 102.

finansial yang cukup, biasanya memiliki gaya hidup yang lebih tinggi daripada orang yang memiliki pendapatan ekonomi menengah kebawah.<sup>10</sup>

Mulai dari kebutuhan sandang, pangan, dan papannya pastilah berbeda. Namun individu tersebut dapat mengontrol gaya hidup, meski dengan pendapatan ekonomi menengah ke atas, seseorang tetap dapat hidup sederhana dan tidak berlebihan dalam menggunakan waktu dan uangnya. Sebaliknya ada juga individu yang dengan pendapatan pas-pasan karena memiliki gengsi yang tinggi biasanya menyebabkan penggunaan uang berlebih dari kebutuhan yang seharusnya. Hal ini juga dapat terjadi dikalangan mahasiswa, terlebih mahasiswa hidup dalam satu lingkungan dengan begitu banyak jumlah orang dalam satu populasi.<sup>11</sup>

Saat ini perusahaan yang bergerak pada bidang jasa maupun barang, tidak terlepas dengan adanya promosi kepada masyarakat luas melalui *platform, marketplace, pamflet*, dll. Hal ini menjadikan para konsumen yang memiliki media sosial, kemudahan dalam bertransaksi serta gaya hidup yang selalu mengikuti zaman, menyebabkan konsumsi yang tidak terkontrol. Terlebih lagi, promosi besar-besaran yang ditawarkan beberapa perusahaan penjualan barang, seperti *Shopee, Lazada, TokoPedia*, dll yang menggunakan sistem diskon atau potongan harga, serta gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Sehingga banyak konsumen yang awalnya tidak membutuhkan barang

---

<sup>10</sup> Mariena Putri Ajiwibawani dan Muhammad Edwar, “*Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembeli*,” Skripsi (Surabaya: Jurusan Pendidikan Ekonomi Program Studi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 2015), hlm.3

<sup>11</sup> Cucu Komala, “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali,” *Jurnal Perspektif* Vol. 2, no. 2 (2018): hlm. 146.

tersebut, melihat sedang ada diskon atau potongan harga, masyarakat pun tergoda membeli tanpa melihat sisi kebutuhan bagi diri sendiri.<sup>12</sup>

Seseorang yang memiliki perilaku konsumsi menurut Islam yang baik akan mengerti bagaimana cara menyikapi suatu keadaan dan bisa mengontrol diri dalam menghadapi suatu permasalahan yang sesuai dengan aturan agama. Termasuk dalam mengelola keuangan. Seorang yang mempunyai perilaku konsumsi menurut Islam yang baik khususnya dalam agama Islam, harus mengerti perbedaan keinginan dan kebutuhan dalam berkonsumsi. Perilaku konsumsi menurut Islam dapat membuat individu mampu menahan diri untuk tidak bersifat *konsumerisme* yang berlebihan dan mampu memfilter antara yang hanya sekedar hawa nafsu atau benar-benar kebutuhan. Anjuran mengkonsumsi yang baik dan halal, Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah (2): 168 :<sup>13</sup>

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ  
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

*“Hai kalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah- langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.*

Allah menjelaskan bahwa Dia maha pemberi rezeki kepada seluruh makhluk- Nya. Dia menganugerahkan kepada mereka kebolehan makanan yang diharamkan kepadanya. Allah menyuruh hamba-Nya yang beriman

<sup>12</sup> Bank Indonesia, *Upaya Meningkatkan Alat Pembayaran Non Tunai Pengembangan E-Wallet dan E-Money* (Jakarta: Paper Bank Indonesia, 2016).

<sup>13</sup> Mushaf Al- Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Penerbit Jabal, 2010), hlm. 154.

memakan yang baik-baik dari rezeki yang telah dianugerahkan kepada mereka. Oleh karena itu, hendaklah mereka bersyukur kepada-Nya jika mereka mengaku sebagai hamba-Nya. Memakan makanan halal merupakan sarana untuk diterimanya do'a dan ibadah.<sup>14</sup>

IAIN Curup memiliki tiga Fakultas dengan 18 Prodi. Dimana objek penelitian pada mahasiswa IAIN Curup yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa IAIN CURUP Angkatan-2018**

No	Fakultas	Prodi	2018
1	Tarbiyah	1. Pendidikan Agama Islam	194
		2. Tadris Bahasa Inggris	49
		3. Pendidikan Bahasa Arab	22
		4. PGMI	148
		5. Bimbingan Konsling Pendidikan Islam	31
		6. Manajemen Pendidikan Islam	23
		7. PIAUD	17
		8. Tadris Bahasa Indonesia	30
		9. Matematika	16
<b>Jumlah</b>			<b>530</b>
2	Ushuluddin	1. Komunikasi dan Penyiaran Islam	56
	Adab	2. Ilmu Al-Qur'an dan Hadis	11

<sup>14</sup> Ismaul Faizah, "Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang)," *Journal of Islamic Economics Studies* Vol 1, no. 2 (2020): hlm. 71.

	<b>Dakwah</b>	3. Bimbingan Penyuluhan Islam	6
		4. Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam	10
<b>Jumlah</b>			<b>84</b>
<b>3</b>	<b>Syariah dan Ekonomi Islam</b>	1. Perbankan syariah	143
		2. Hukum Keluarga Islam	34
		3. Hukum Tata Negara	21
		4. Ekonomi Syariah	41
<b>Jumlah</b>			<b>239</b>
<b>4</b>	<b>Pasca Sarjana</b>	1. Manajemen Pendidikan Islam	-
		2. Pendidikan Agama Islam	-
		3. Hukum Keluarga Islam	-
		4. Bimbingan Konsling Pendidikan Islam	-
<b>Jumlah</b>			<b>-</b>
<b>Jumlah Total</b>			<b>853</b>

Sumber : Bagian Kemahasiswaan di Gedung L1(13 Februari 2022)

Dari Tabel 1.1 di atas mahasiswa IAIN Curup angkatan -2018 berjumlah 853 orang, sedangkan terdapat 81 orang mahasiswa dimana mahasiswa tersebut ketika menggunakan *e-wallet* menjadi pengaruh bagi mereka untuk semakin konsumtif, promosi yang semakin meningkat dan menarik meembuat mahasiswa menjadi sulit untuk tidak membelinya. Sehingga, gaya hidup beberapa mahasiswa mulai dari cara berpakaian, minat

mereka yang awalnya tidak konsumtif menjadi konsumtif. Hal ini diperkuat oleh wawancara kepada beberapa orang mahasiswa diantaranya:

Mengatakan bahwa:”saya pengguna shoopePay karena ingin checkout barang dari shoope lebih murah, ada potongan harga atau cashback. Terkadang jika melihat promosi di shoope jadi mau beli karena lebih murah dibandingkan di Curup. Kadang-kadang saya ikut teman-teman yang beli barang trend sekarang ini karena merasa pakaian yang digunakan kurang bagus. Saya tau itu tidak boleh, karena berlebih-lebihan tapi sering lupa kalo sudah melihat promosi dan saya tinggal bayar lewat shoopePay”<sup>15</sup>

Mengatakan bahwa:”kalau menurut saya lebih enak menggunakan e-wallet(Dana dan ShoopePay) karena kalau transfer antarbank yang sama atau berbeda tidak terkena biaya admin. Saya suka mencari promosi tentang barang yang saya ingin tapi kadang ibu saya marah, karena saya sudah punya barang itu. Alasannya ya beberapa karena melihat teman menggungkannya “kok bagus” akhirnya beli”<sup>16</sup>

Mengatakan bahwa:”saya menggunakan shoopePay dan M-Banking BRIMO menurut saya sangat memudahkan saya untuk membayar makanan, baju,dll. Tapi di Curup ada beberapa yang tidak ada alat pembayaran secara online, jadi terpaksa ambil di ATM dulu. Kalau mau beli sering mikir-mikir dulu soalnya nanti bakalan ditanyakan orang tua uangnya digunakan untuk apasaja, kan saya anak kos jadi orang tua saya mengirim sebulan sekali”.<sup>17</sup>

**Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018 Pengguna Electronic Wallet**

Program Studi	Jumlah
1. BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler	4
2. PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler	11
3. MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler	2
4. PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler	9

<sup>15</sup> Yunike Puspita, NIM: 18571015, Prodi Tadris Matematika, Wawancara Pribadi, tanggal 03 Desember 2021, pukul 13.21 wib.

<sup>16</sup> Vira Ria Rinjik, NIM: 18601028, Prodi Bahasa Arab, Wawancara Pribadi, tanggal 04 Desember 2021, pukul 09.12 wib.

<sup>17</sup> Mezi Handayani, NIM: 18521019, Prodi KPI, Wawancara Pribadi, tanggal 04 Desember 2021, pukul 09.20 wib,

5. TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler	4
6. PENDIDIKAN BAHASA ARAB - S1 Reguler	2
7. KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler	4
8. ILMU AL-QURAN DAN TAFSIR - S1 Reguler	3
9. PERBANKAN SYARI'AH - S1 Reguler	5
10. HUKUM KELUARGA ISLAM (AHWAL AL SYAKHSYIYAH) - S1 Reguler	2
11. BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM - S1 Reguler	3
12. PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler	4
13. TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler	5
14. TADRIS MATEMATIKA - S1 Reguler	2
15. HUKUM TATA NEGARA (SIYASAH SYAR'TIYYAH) - S1 Reguler	1
16. EKONOMI SYARI'AH - S1 Reguler	18
17. ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM - S1 Reguler	2
JUMLAH	81

*Sumber :Kuesioner dari Google Form 2022*

Beberapa kalangan mahasiswa selalu ingin mengikuti perkembangan zaman untuk mendukung pergaulan mereka dengan teman-teman dilingkungannya, baik dalam urusan pakaian, makanan, tempat bermain, tempat berlibur, *handphone*, dan lainnya. Jika tidak didasari dengan agama yang baik perilaku mengikuti perkembangan *trend* dan hawa nafsu sedikit banyak akan memberikan dampak buruk terhadap keadaan pendapatan



ekonomi keluarga, karena bersifat boros dan *mubadzir*, yang sangat tidak dianjurkan di dalam Islam.<sup>18</sup>

Memasuki revolusi industri 4.0, teknologi digital merupakan salah satu modal yang penting dan dibutuhkan para pelaku industri guna mengembangkan usaha serta adanya kemudahan dalam bertransaksi salah satunya dengan *e-wallet*.<sup>19</sup> Gaya hidup yang melandasi setiap individu yang berbeda-beda, dan adanya perbedaan promosi pada setiap perusahaan barang ataupun jasa berpengaruh besar pada perilaku dalam berkonsumsi. Semua kemudahan, gaya hidup, dan pengetahuan konsumsi dapat menjadi bekal yang sangat baik untuk bisa terus bertahan dalam menghadapi perkembangan zaman jika mampu mengontrolnya dengan baik, khususnya dikalangan mahasiswa IAIN Curup.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti fokus pada tiga hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi pada Mahasiswa IAIN Curup dalam Islam, dan Penelitian ini berjudul “***Pengaruh Electronic Wallet, Gaya Hidup, dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Angkatan - 2018***”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan yang ada pada latar belakang, maka identifikasi masalah tentang “Pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup, dan

---

<sup>18</sup> Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam” Vol 2, no. 1 (2015): hlm. 5.

<sup>19</sup> *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*, hlm. 2.

promosi terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan - 2018” adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *electronic wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan- 2018?
2. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan- 2018?
3. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan- 2018?
4. Bagaimana *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi berpengaruh terhadap konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan- 2018?

### C. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang disebutkan pada identifikasi masalah, maka dapat dikemukakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis nol, yaitu hipotesis yang dapat memprediksi pada variabel bebas (variabel independen) tidak memiliki efek terhadap variabel terikat atau (variabel dependen) dalam populasi.<sup>20</sup>
2. Hipotesis alternatif, yaitu merupakan dugaan dimana variabel bebas (perlakuan) akan terpengaruh pada variabel terikat dari populasi.<sup>21</sup>

$$H_0 : b \neq 0$$

$$H_a : b = 0$$

---

<sup>20</sup> Iranto Agus, *Statistic Konsep Dasar, aplikasi dan pengembangannya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 97.

<sup>21</sup> Turmudi dan Sri Harini, *Metode Statistika Pendekatan Teori dan Aplikasi* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 247.

Hipotesis yang penulis dapat diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 - 1 =$  Tidak terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$ .

$H_a - 1 =$  Terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$ .

$H_0 - 2 =$  Tidak terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ .

$H_a - 2 =$  Terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ .

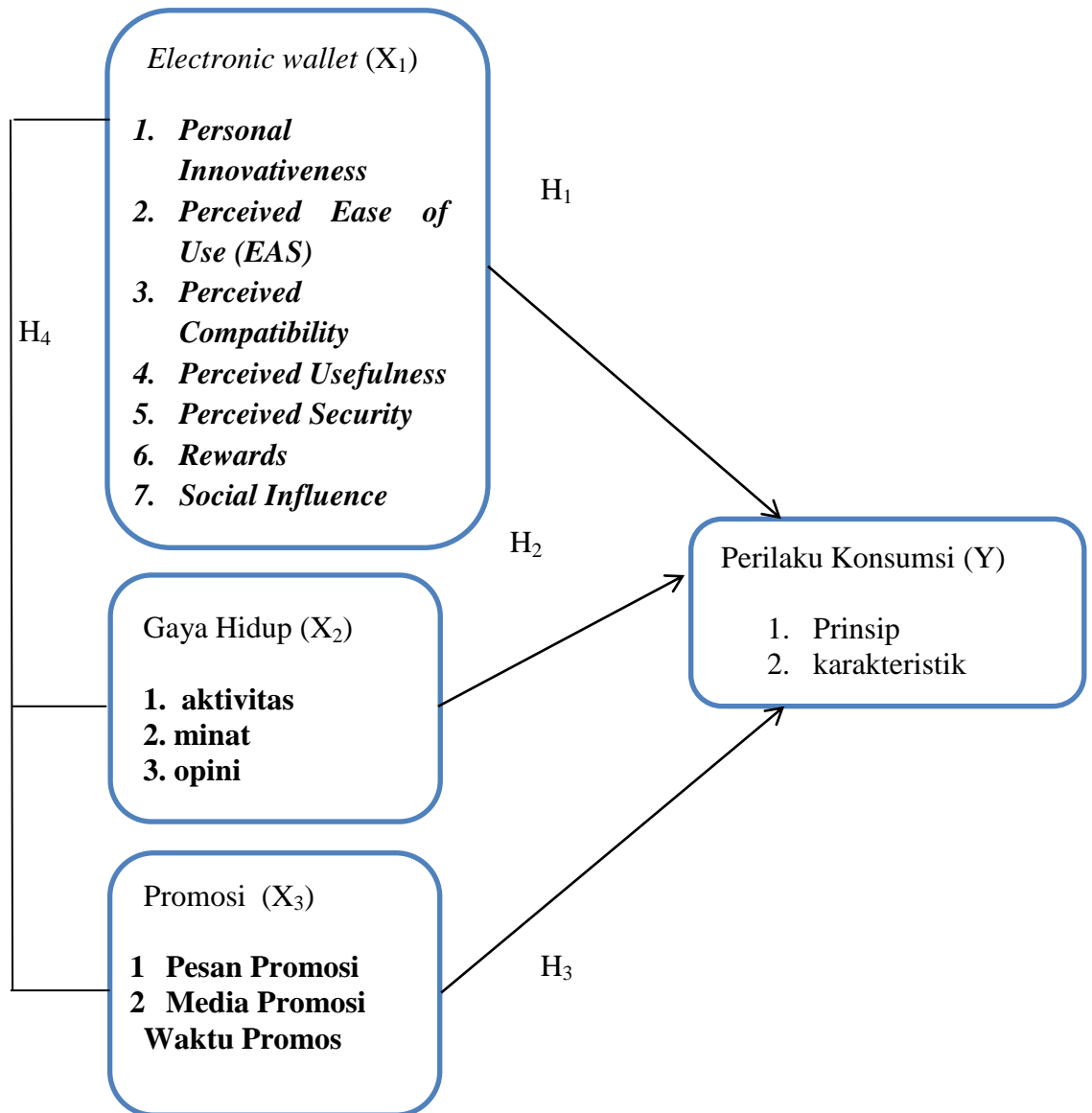
$H_0 - 3 =$  Tidak terdapat pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$ .

$H_a - 3 =$  Terdapat pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$ .

$H_0 - 4 =$  Tidak terdapat pengaruh  $X_1, X_2,$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$ .

$H_a - 4 =$  Terdapat pengaruh  $X_1, X_2,$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$ .

Gambar 1.2 Kerangka Hipotesis



#### **D. Batasan Masalah**

Dari uraian di atas, karena kompleksnya permasalahan yang ada dan agar menghindari pembahasan yang meluas, maka penulis memfokuskan penelitiannya bahwa batasan masalah pada penelitian ini adalah pada mahasiswa IAIN Curup angkatan- 2018, yang telah menggunakan *e-wallet*.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang telah dirumuskan di atas, yang merupakan dasar dari pembahasan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Electronic Wallet*, Gaya Hidup, dan Promosi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018” yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *electronic wallet* terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Curup Angkatan Tahun-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada Mahasiswa IAIN Curup Angkatan Tahun-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap perilaku konsumsi pada Mahasiswa IAIN Curup Angkatan Tahun-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh *electrical wallet*, gaya hidup dan promosi terhadap perilaku konsumsi Islam pada Mahasiswa IAIN Curup Angkatan Tahun-2018.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat menjadi hal penting di dalam sebuah penelitian, maka dari itu manfaat atau kontribusi yang terdapat pada penelitian ini antara lain:

## 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang signifikan dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang kajian teoritik bidang perilaku konsumsi.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang diperoleh di perkuliahan, menambah wawasan dalam pengetahuan mengenai perilaku konsumsi sebagai latihan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

### b. Bagi Akademik

Menambah masukan agar penelitiannya bisa lebih difokuskan lebih mendalam dan luas.

### c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan dan pemahaman yang berguna kepada mahasiswa tentang pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup, dan promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

## **G. Kajian Literatur**

Kajian literatur penelitian berfungsi sebagai data untuk memastikan bahwa penelitian tersebut merupakan hasil penelitian asli, bukan *plagiarisme*. Adapun kajian pustaka yang digunakan dari peneliti ini adalah:

1. **Andi Bisyrani, NIM: 18.0224.002, Skripsi “Pengaruh Transaksi Cashless dan Minat Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Parepare”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2021.**

Permasalahan dalam penelitian ini merujuk pada hadist Rasulullah SAW yang menjelaskan bahwa Rasulullah selalu berhati-hati dan membatasi diri sesuai dengan kebutuhan atau hawa nafsu. Namun, sekarang ini sarana transaksi dan semua kebutuhan individu mudah dilakukan dan mendapatkannya melal online karena sudah tersedia dimana-mana. Sehingga peneliti ingin melihat pengaruh mode baru dalam bertransaksi dan minat beli masyarakat apakah berpengaruh terhadap konsumtif mereka. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh menggunakan angket dan diolah dengan bantuan aplikasi *SPSS For Windows Versi25.0*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa minat belanja terdapat pengaruh positif dan signifikan, sedangkan transaksi *cashless* tidak memiliki pengaruh.

2. **Putri Maya Sari, NIM: 709510012, Skripsi “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Plaza Medan Fair di Kalangan Mahasiswa”, Universitas Negeri Medan, 2013.**

Permasalahan penelitian ini adalah gaya hidup konsumen pengguna produk Matahari pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang terkadang ingin membeli suatu produk dikarenakan adanya promosi seperti diskon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa besar pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Matahari pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan populasi dalam sebanyak 2257 orang

mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling dengan jumlah sampel 100 orang pengguna produk Matahari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket (kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala likert dan diolah secara statistik dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda serta diolah dengan program SPSS 17.00 for windows. Dari hasil analisis data gaya hidup dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

**3. Maulidysneni, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(01), 2021, 209-215 “Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumsi Islam”, Universitas Negeri Surabaya, 2021.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh electronic money, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap pola perilaku konsumsi islam generasi Y dan Z di kota Surabaya. Pola perilaku konsumsi Islam diukur dengan enam prinsip dasar konsumsi dalam Islam. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian ditetapkan sebanyak 150 responden dengan menggunakan rumus Malhotra. Pengumpulan data menggunakan angket dengan metode purposive sampling dan menggunakan skala guttman. Analisis data menggunakan analisis regresi probit menggunakan aplikasi Stata 14. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel electronic money memiliki nilai marginal effect sebesar -9,5% maka probabilitas tidak sesuai pola perilaku konsumsi Islam, variabel gaya hidup memiliki nilai sebesar -9% yang



berarti probabilitas tidak sesuai pola perilaku konsumsi Islam dan variabel pengendalian diri memiliki nilai sebesar 17% maka probabilitas sesuai dengan pola perilaku konsumsi Islam.

**4. Sri Cahyanti, NIM: 10084124, Skripsi “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi”, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel pendapatan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 949 responden. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel random sampling, diambil sampel sejumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji Moderated Regression Analysis (MRA). Proses pengolahan data menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sebesar 29,8%, secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sebesar 27,6%, dan lingkungan sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sebesar 24,1%. Pendapatan, gaya hidup, dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Pendapatan, gaya hidup, dan lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan dimoderasi religiusitas.

**5. Renita Ridha, NIM: 307600176, Skripsi “Pengaruh Intensitas Penggunaan Electronic Walet dan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim.”, Universitas Jember, 2021.**

Studi pada penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ulang mengenai perilaku konsumsi yang diakibatkan adanya faktor penggunaan electronic wallet dan mobile banking pada kalangan mahasiswa Muslim di Universitas Jember. Adapun data yang diperoleh melalui data primer dengan melakukan penyebaran kuisioner penelitian yang mengambil sampel sebanyak 384 responden mahasiswa aktif S1 di Universitas Jember dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pendekatan kuantitatif pada penelitian ini dianalisis secara linier berganda, kemudian dilakukan uji instrumen, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis menggunakan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel penggunaan e-wallet dan variabel penggunaan m-banking secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan secara positif terhadap variabel perilaku konsumsi mahasiswa muslim di Universitas Jember.

Dari tinjauan penelitian di atas merupakan suatu agar tidak ada kesamaan dalam penelitian yang akan dilakukan. Secara garis besar peneliti terdahulu fokus pada permasalahan perilaku konsumsi yang cenderung mubazir. Sedangkan, pada penelitian yang peneliti teliti terfokuskan pada permasalahan perilaku konsumsi yang belum sesuai dengan kepuasan material dan spriritual serta membentuk kecenderungan dalam perilaku konsumsi.

## H. Definisi Operasional

Defnisi Operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.<sup>22</sup> Oleh karena itu, agar tidak terdapat kesalahan di dalam memaknai judul, maka peneliti perlu menjelaskan dan membahas definisi dari setiap kata judul penelitian tersebut:

### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Keterkaitan antara beberapa faktor yang memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi lingkungan yang berada disekitarnya Di sini kita dapat melihat keterkaitan antara dua variabel atau lebih, serta pengaruhnya.<sup>23</sup>

### 2. *Electronic Wallet*

*E-wallet* atau dompet elektronik merupakan sebuah aplikasi atau fitur yang dikembangkan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pembayaran. *E-wallet* pun menjadi tren setelah banyak perusahaan start-up yang mengembangkan bisnis berbasis dengan transaksi secara online bermunculan di Indonesia.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Toni Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 14.

<sup>23</sup> Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet ke-3 (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 664.

<sup>24</sup> Choiril Anam, "E-Money (Uang Elektronik) dalam Perspektif Hukum Syariah," *Jurnal Qawanin* Vol. 2, No. 1 (2018): hlm. 103.

### 3. Gaya Hidup

Gaya Hidup adalah menggambarkan tentang aktivitas, minat dan opini seseorang (*activities, interest* dan *opinion*). Gaya hidup juga sering digambarkan dengan bagaimana seseorang hidup, mengalokasikan waktu yang dimiliki serta mengatur keuangannya.<sup>25</sup> Gaya hidup setiap orang bisa berubah, tetapi perubahan tersebut tidak disebabkan berubahnya kebutuhan, karena kebutuhan pada sejatinya memang tetap seumur hidup. Hal-hal yang dianut oleh seseorang atau konsumen dapat berubah sebab pengaruh lingkungan konsumen tersebut.<sup>26</sup>

### 4. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan/ penjual.<sup>27</sup>

### 5. Perilaku Konsumsi

Perilaku adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya, dimulai dari perilaku yang tampak, tidak tampak, dapat dirasakan bahkan yang tidak bisa dirasakan. Konsumsi menurut Chaney, yaitu semua aktivitas yang dilakukan oleh

---

<sup>25</sup> Ach Busrul Karim, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Café and Resto di Kota Malang)*. (Malang: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang., 2018). Hlm. 17

<sup>26</sup> Ajiwibawani dan Edwar, "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembeli." Hlm.70

<sup>27</sup> H.Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 301.

individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, menghabiskan, dan mengkonsumsi produk atau bahkan jasa yang merupakan proses kebutuhan yang mendahului tindakan tersebut.<sup>28</sup>

Batasan konsumsi dalam Islam tidak berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditas lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditas bukan tanpa sebab. Konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan shadaqah. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.<sup>29</sup>

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif (*corelational*). Penelitian ini sering disebut dengan penelitian hubungan sebab akibat (*kausal corelation*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>30</sup> Metode penelitian ini

---

<sup>28</sup> Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen*, ed ke-7 (Kelompok Gramedia, 2004), hlm. 6.

<sup>29</sup> Komala, "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali," hlm. 34.

<sup>30</sup> Iskandar, (*Kuantitatif Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial dan Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010), hlm. 63.

menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka).

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya.<sup>31</sup> Penelitian ini menganalisis pengaruh *electronic wallet* ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ).

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Alamat tempat penelitian yaitu Jalan Dr. AK Gani No.01, Curup Utara, Rejang Lebong, Bengkulu.

## 3. Sumber Data

Ada dua sumber data yang peneliti gunakan antara lain adalah :

### a. Data Primer

Sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli yang tujuannya pada hal-hal tertentu.<sup>32</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner/angket yang disebarakan kepada mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018 pengguna *electronic wallet*.

---

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 13.

<sup>32</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), hlm. 89.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada para konsumsi pengguna data. Sumber data sekunder merupakan dari bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dan penunjang dari sumber data primer.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dari wawancara dengan mahasiswa, observasi dengan mahasiswa, artikel, jurnal, tesis, skripsi dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 4. Populasi dan Sampel

a. Pengertian Populasi

Populasi merupakan kumpulan subjek yang mempunyai kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang memiliki masalah pokok dalam sebuah penelitian.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini peneliti memasukkan kategori mahasiswa IAIN Curup. Peneliti mendapatkan data bahwa ada 81 orang Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018 yang menggunakan *electronic wallet* sebagai populasi dalam penelitian ini.

b. Pengertian Sampel

Berikutnya adalah melakukan sampel yaitu mengambil sebagian atau perwakilan populasi yang akan masuk dalam proses penelitian dan

---

<sup>33</sup> Cik Hasan Basri, *Penuntun Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi Bidang Ilmu Agama Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 32.

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 80.

dilakukan secara terperinci.<sup>35</sup> Sampel yang peneliti gunakan yaitu dengan metode penelitian *nonprobability sampling*, merupakan metode pengambilan sampel ditujukan pada populasi yang tidak mempunyai kesempatan selanjutnya untuk dijadikan sampel.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memilih sampel mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Angkatan-2018. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan yang sesuai dengan kategori tertentu sehingga bisa digunakan menjadi sampel dan juga sumber data.<sup>37</sup>

Jumlah populasi yaitu sejumlah 81 Mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018, peneliti tidak mengambil semua sampelnya, sebab populasi yang tidak bersedia mengisi angket dan tidak sesuai dengan kriteria peneliti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari Isaac dan Michael agar memberikan kemudahan penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Dengan tabel ini, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> hlm. 81.

<sup>36</sup> *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, hlm. 80.

<sup>37</sup> *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 82.

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 128.



Tabel 1.3 Issac dan Michael

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	348	270
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	675	350	271
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	688	352	272
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	699	354	273
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	711	356	274
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	722	358	275
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	732	360	276
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	741	362	277
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	749	364	278
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	757	366	279
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	764	368	280
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	771	370	281
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	777	372	282
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	783	374	283
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	788	376	284
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	793	378	285
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	798	380	286
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	803	382	287
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	808	384	288
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	813	386	289
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	818	388	290
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	823	390	291

Sumber: Sugiyono

Berdasarkan penjelasan di atas, dari populasi yang berjumlah 81 orang mahasiswa, Penelitian ini tertuju pada mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018 pengguna *e-wallet* Sehingga peneliti mendapatkan sebanyak 65 sampel dengan tingkat kesalahan 5%.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dilakukan sebagaimana peneliti memperoleh data relevan dengan judul yang peneliti lakukan. Peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

### a. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket, yaitu teknik pengumpulan data yang menyediakan atau membagikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan para responden akan menjawab pertanyaan atau pernyataan yang telah diajukan peneliti sebelumnya.<sup>39</sup> Adapun bentuk angket yang digunakan adalah angket tertutup artinya para responden atau mahasiswa nantinya akan memilih jawaban atas pilihan jawaban yang telah tersedia dan bisa dijawab sesuai dengan keadaan mahasiswa atau responden yang bersangkutan. Peneliti menggunakan Skala *Likert* yaitu skala yang berisikan lima tingkatan jawaban yang merupakan jenis ordinal. Skala *likert* ditujukan untuk memperoleh jawaban dari responden dari pertanyaan- pertanyaan yang diberikan pada angket penelitian.<sup>40</sup>

Skala *likert* yang peneliti gunakan adalah skala lima kategori sebagai berikut :

---

<sup>39</sup> *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 142.

<sup>40</sup> Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 105.

**Tabel 1.4 Pembobotan Nilai untuk Jawaban Responden terhadap Kuesioner**

Skor	Simbol	Keterangan
5	SS	Sangat setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral
2	TS	Tidak setuju
1	STS	Sangat tidak setuju

Sumber: V. Wiratna Sujarweni

b. Observasi

Nasution menyatakan bahwa observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipan karena peneliti yang mengadakan observasi turut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi. Umumnya observasi partisipan dilakukan untuk penelitian yang bersifat *eksploratif*. Menyelidik perilaku individu dalam situasi sosial seperti cara hidup hubungan sosial dalam masyarakat, dan lain- lain.<sup>41</sup>

c. Wawancara

Wawancara bertujuan mencatat opini, perasaan, emosi dan hal lain berkaitan dengan individu yang ada dalam organisasi.<sup>42</sup> Penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur (*Semi Structured*

<sup>41</sup> Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 230.

<sup>42</sup> Ridwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 183.

*Interview*), jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.<sup>43</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data, yaitu suatu proses dimana menjadi lanjutan peneliti setelah mendapatkan data yang telah terkumpulkan di lapangan.<sup>44</sup> Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program computer yaitu *software statistical package for the social science (SPSS)* versi 20.<sup>45</sup>

### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik cronbach alpha pada SPSS. Dikatakan reliabel jika cronbach alpha  $> 0,70$ .<sup>46</sup>

### 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 223.

<sup>44</sup> hlm. 235.

<sup>45</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, hlm. 20.

<sup>46</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, hlm. 47.

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Adapun kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut<sup>47</sup>. Perhitungan uji validitas ini akan menjadi sederhana jika menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS.

## 7. Pendekatan Analisis Data dengan Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yang menghasilkan model regresi yang tidak bisa dan handal sebagai penaksir.<sup>48</sup>

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model regresi.<sup>49</sup> Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik KolmogorovSmirnov (K-S) dengan kriteria:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\geq$  0,05 data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\leq$  0,05 data tidak berdistribusi normal.

---

<sup>47</sup> Bawono, *Multivariate Analysis Dengan Spss*, hlm. 69.

<sup>48</sup> Bawono, hlm. 115.

<sup>49</sup> Maski, "*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*", hlm. 160.

### **b. Multikolinieritas**

Multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel bebas di antara satu dengan yang lainnya. Masalah multikolinearitas yang serius dapat mengakibatkan berubahnya tanda dari parameter estimasi, Pedoman suatu model Regresi yang bebas multikol adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan mempunyai angka *Tolerance* > 0,10.

### **c. Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas terjadi apabila varian dari variabel pengganggu tidak sama untuk semua observasi, akibat yang timbul apabila terjadi heteroskedastisitas adalah penaksir tidak bisa tetapi tidak efisien lagi baik dalam sampel besar maupun sampel kecil, serta uji t-test dan F-test akan menyebabkan kesimpulan yang salah.<sup>50</sup> Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan suatu uji yang dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas akan terjadi apabila nilai signifikannya < 5%.

## **8. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini berguna untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh diantara variabel-variabel yang lain

---

<sup>50</sup> Bawono, hlm. 139.

dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, yang mana bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Nilai dari variabel dependen
a	: Koefisien konstanta
$b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$	: Koefisien variabel bebas
$X_1, X_2, X_3,$	: variabel independen
$X_1$	: <i>Electronic Wallet</i>
$X_2$	: Gaya Hidup
$X_3$	: Promosi
$\varepsilon$	: Error

## 9. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji adanya pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank syariah. Pengujian dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji t dan secara simultan Uji F.

### a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

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

Pada pengujian secara parsial ini

digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-

masing atribut terhadap minat masyarakat. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:<sup>51</sup>

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi parsial
- k : Jumlah variabel independen
- n : Jumlah data atau kasus.

#### b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk menguji apakah populasi tempat sampel diambil memiliki korelasi *multiple* (R nol) atau apakah terdapat sebuah relasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang berupa (pengetahuan dan religiusitas) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria pengujian:

- (1)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- (2)  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai

berikut:

Keterangan :

- $R^2$  : Koefisien determinasi
- N : Jumlah data atau kasus

---

<sup>51</sup> Bawono, hlm. 175.

<sup>52</sup> Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 180.



K : Jumlah variabel independen

**c. Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin besar  $R^2$  semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati nol maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.<sup>53</sup>

$R^2 = (r)^2 \times 100\%$  Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *adjusted R Square*. Adapun rumus koefisien determinasi adalah:

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi

---

<sup>53</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, hlm. 158.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Electronic Wallet* (Dompet Elektronik / Digital)

*Electronic wallet* menurut Schneider adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, dan bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa.<sup>54</sup>

Megadewandnu, Suyoto & Pranowo, *e-wallet* adalah sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain.<sup>55</sup>

Kuganathan & Wikramanayake *e-wallet* atau yang sering disebut dengan mobile wallet adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat mobile. Ewallet dikatakan sebagai jenis terbaru dari mcommerce yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja online, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Schneider Gary P, *Electronic Commerce 9th ed.* (Buston: Course Technology, 2011), hlm. 13

<sup>55</sup> Megadewandnu, Suyoto S, dan Prawono, *Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective* (Yogyakarta: International Conference on Science and Technology Computer (ICSTI), 2016). Hlm. 20

<sup>56</sup> Kuganathan dan Wikramanayake, "Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Menggunakan Metodee TM dan UTAUT2," *Indonesia Journl on Software Engineering* Vol. 6, No. 1, 261 (2020). Hlm. 27

*Electronic walet* juga dikenal dengan nama dompet digital, dan saat ini banyak sekali masyarakat yang beralih menggunakan aplikasi tersebut antara lain dikarenakan penawaran berbagai promo yang menarik.<sup>57</sup> *The Economics Times* menyatakan bahwa dompet digital adalah jenis akun Prabayar yang dilindungi dengan kata sandi dimana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online.<sup>58</sup> Sedangkan wikipedia menyatakan bahwa Dompet Elektronik merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran (definisi berdasarkan Peraturan Bank Indonesia).<sup>59</sup>

Terdapat beberapa kegunaan dari penggunaan *E-Wallet* atau Dompet Digital yang diperoleh oleh konsumen, antara lain: super praktis dan efisien, lebih aman, bertransaksi bisa dimana saja tanpa uang tunai lagi, *Top Up* saldo bisa dimana saja dan banyak promo dan diskon layaknya kartu kredit. Tetapi ada juga kelemahan dari *QR Payment* yang harus diketahui, yaitu: tidak bisa digunakan jika koneksi internet tidak stabil dan masih banyak *merchant* yang belum menggunakan fasilitas pembayaran dengan *QR Payment*.<sup>60</sup>

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 “ Dompet elektronik atau *electronic wallet* adalah layanan elektronik untuk

---

<sup>57</sup> Silvia, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, hlm. 14.

<sup>58</sup> “Dikutip dari artikel berjudul : Apa Itu Dompet Digital? yang dimuat pada [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id). Pada tanggal 24 Januari 2019 dan diakses pada 03 Januari 2022 Pukul 13:00”

<sup>59</sup> “Dikutip dari artikel berjudul: Dompet Elektronik yang dimuat pada [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) yang diakses pada 03 Januari 2022 Pukul 13:00,” .

<sup>60</sup> “Dikutip dari artikel berjudul: Keuntungan Memakai Dompet Digital sebagai Alat Pembayaran Utama yang dimuat pada [www.cermati.com](http://www.cermati.com) yang diakses pada 03 Januari 2022 Pukul 14:30.”

menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana dan untuk melakukan pembayaran”.<sup>61</sup>

Secara umum, *e-wallet* merupakan bagian dari produk layanan uang elektronik. Biasanya uang elektronik ini berbasis chip berbentuk kartu sebagaimana e-money yang dikeluarkan oleh bank. Sedangkan *e-wallet* berbasis server ini melalui aplikasi dalam penggunaannya. Dengan *e-wallet* seseorang dapat melakukan penyimpanan uang secara digital melakukan transaksi secara online maupun offline melalui smartphone. Menurut *The Economic Times*, *e-wallet* adalah aplikasi dengan kata sandi yang digunakan untuk menyimpan uang, melakukan pembayaran online seperti pembayaran makanan belanja dan tiket penerbangan.<sup>62</sup>

*E-wallet* berbasis server ini memiliki banyak kelebihan dan keunggulan yang akan didapatkan penggunaannya, diantaranya:<sup>63</sup>

a. Mudah, praktis dan efisien

Pengunaan *e-wallet*, membuat masyarakat tidak repot membawa uang banyak, ATM, kartu kredit, dan kartu debit ketika bepergian. Karena dengan adanya *e-wallet* pada *smartphone* transaksi apa saja dapat dilakukan kapanpun kita inginkan. Termasuk isi ulang pulsa, paket data

---

<sup>61</sup> “Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, (2016).”

<sup>62</sup> “”Apa Itu Dompert Digital?,” *Warta Ekonomi.co.id*, Januari, 24, 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompert-digital.htm>,” t.t., Diakses pada tanggal 04 Januari 2022 Pukul 09:00.

<sup>63</sup> Ferry Fitriadi, “Mengenal Lebih Dekat E-Wallet Dommpt Digital,” *Kreditpedia.net*, 14 Juni 2019, Diakses pada tanggal 05 Januari 2022 Pukul 08:00, <https://www.kreditpedia.net/e-wallet-atau-dompert-digital/>.

bayar tagihan listrik, belanja online, transfer uang, layanan antar makanan, tiket pesawat, bayar pajak dan lain-lain dapat dilakukan dengan mudah melalui satu aplikasi dompet elektronik.

b. Banyak promo dan diskon

Selain kemudahan, promo dan diskon juga diberikan *e-wallet* pihak kepada penggunanya. Promonya diberikan antara lain point reward, *cashback*, tambahan produk gratis dan masih banyak promo lainnya. Beragam promo ini merupakan daya tarik *e-wallet* yang paling menarik disukai penggunanya.

c. Lebih aman dan rendah resiko

Untuk dapat masuk ke aplikasi pengguna *e-wallet* diminta untuk memasukkan kode pin yang telah dibuat diawal, jadi *e-wallet* tidak dapat diakses orang lain yang tidak tahu kode pin dari *e-wallet* tersebut. Sehingga resiko pencurian di *e-wallet* dapat diminimalisir.

d. Terdapat *history* transaksi

Hampir semua layanan *e-wallet* terdapat riwayat transaksi pada aplikasinya. Sejarah transaksi memudahkan memanfaatkan untuk belanja belanja dalam waktu satu bulan. Sehingga keuangan dapat terkendali.

e. *Top up* saldo dimana saja

*Top up* saldo *e-wallet* dapat dilakukan melalui mobile perbankan atau ATM, Alfamart, Indomaret, *Hypermart*. Jadi untuk dapat menggunakan aplikasi *e-wallet* tidak diharuskan membuka rekening bank

terlebih dahulu, karena *top up* saldo dapat dilakukan di gerai dan ojol dompet elektronik rekanan.

f. Keuntungan implisit

Manfaat lain dari e-wallet yaitu, pengguna dapat membayar tagihan pada transaksinya dengan jumlah yang tepat tanpa takut penjual tidak memiliki kembalian. Selain itu pembayaran dilakukan sesuai dengan jumlah belanja sehingga penjual tidak perlu sedia uang kembalian.

Selain terdapat kelebihan *e-wallet* juga memiliki kekurangan, yaitu antara lain :<sup>64</sup>

a. Layanan terbatas

*Merchant* rekanan *e-wallet* masih terbatas dan belum merata khususnya di Indonesia. Sehingga masih memerlukan uang tunai untuk melakukan pembayaran di toko kecil atau toko yang tidak tercatat sebagai rekanan dompet elektronik.

b. Tidak bisa diuangkan

Berbeda dengan penggunaan uang elektronik berbasis kartu yang dapat melakukan tarik tunai, saldo *e-wallet* tidak dapat diuangkan. Pengguna hanya bisa menggunakan uang dalam bentuk digital ini dengan transaksi bayar langsung di toko atau transfer ke sesama pemilik aplikasi.

Terlepas dari kelebihan dan kekurangan *e-wallet*, selamat ini banyak sekali pertanyaan mengenai *e-wallet* dalam pandangan islam. Jika dilihat dari sudut ekonomi syariah, penggunaan e-wallet dapat mengambil dengan konsep

---

<sup>64</sup> Today, “Kenali Kelebihan dan Kekurangan Dompet Digital/e- wallet.”

masalah. Al-Syatibi mengungkapkan bahwa "Sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat". Ungkapan lain juga dikatakan Al-Syatibi "Hukum-hukum disyariatkan untuk kemaslahatan hamba". Berdasarkan dua pernyataan Al-Syatibi, dapat kita simpulkan bahwa Maqashid Syari'ah atau tujuan dari dibuatnya hukum yakni demi terciptanya kemaslahatan umat manusia.<sup>65</sup>

Jika dilihat dalam sudut ekonomi syariah, penggunaan *e-wallet* dapat mengambil dengan konsep masalah. Masalah dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan kata maslahat yang artinya sesuatu yang mengundang keselamatan, keselamatan, faedah atau kegunaan atas sesuatu. Sedangkan kemaslahatan yaitu kegunaan, manfaat, manfaat atau kepentingan. Berdasarkan penjelasan di atas secara bahasa kata *al-maslahah* berarti manfaat dan guna itu sendiri (secara langsung) dan kepada sesuatu yang menjadi sebab (secara tidak langsung) dan lahir keduanya (*masalah* langsung dan tidak) demikian juga kata *al-mafsadah*.<sup>66</sup>

Kemaslahatan dalam *e-wallet* dapat dilihat dari kelebihanannya, yaitu:<sup>67</sup>

- 1) Mudah, praktis dan efisien penggunaannya
- 2) Lebih aman dan rendah resiko karena memasukkan kode pin saat ingin bertransaksi
- 3) Terdapat *history* transaksi yang dapat membantu pengguna melacak dan menganalisis kontes

---

<sup>65</sup> Choiril Anam, "E-Money (Uang Elektronik) dalam Perspektif Hukum Syariah," *Jurnal Qawanin* Vol. 2, No. 1 (2018): hlm. 10.

<sup>66</sup> Tamrin Dahlan, *Filsafat Hukum Islam* (Malang: UIN Maliki Pers, 2007), hlm. 114.

<sup>67</sup> Dahlan, hlm.115.

- 4) Pengisian saldo dapat dilakukan melalui m-banking, atm atau di tempat yang mudah ditemukan seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart atau rekanan driver ojol *e-wallet*.

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi sikap dan niat penggunaan *e-wallet*, yaitu:<sup>68</sup>

- 1) *Personal Innovativeness*

*Personal innovativeness* menurut Midgley & Dowling yaitu kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Sedangkan menurut Roger Inovasi Pribadi adalah kesediaan seseorang untuk mengadopsi suatu inovasi lebih awal dari orang lain berdasarkan teori difusi inovasi. Menurut Kim, Mirusmonov, & Lee individu yang memiliki inovasi tinggi maka rasa ingin tahunya juga lebih tinggi dan lebih terbuka pada hal-hal baru, sebagaimana *e-wallet* untuk perilaku konsumsi.

- 2) *Perceived Ease of Use (EAS)*

*Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan merupakan faktor terpenting yang menjadi pertimbangan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut Davis et al apabila suatu sistem memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, maka sistem tersebut dianggap mudah untuk digunakan.

---

<sup>68</sup> Gokhan Aydin dan Sebnem Burnaz, "Adoption Of Mobile Payment System: A Study On Mobile Wallets" *Journal of Business Economics and Finance – JBEB*, 5, No. 1 (2016): hlm. 76.



3) *Perceived Compatibility*

Kompatibilitas Moore dan Benbasat yaitu kecocokan/kesesuaian seseorang ketika menggunakan suatu sistem baru yang meliputi kesesuaian pada nilai, kepercayaan, pengalaman, dan kebutuhan individu.

4) *Perceived Usefulness*

Maksud dari *perceived usefulness* atau kegunaan yaitu pemahaman seseorang mengenai manfaat sistem baru, ketika pengguna memahami manfaat dari sistem tertentu maka ia akan menggunakan sistem tersebut agar dapat merasakan manfaatnya.

5) *Perceived Security*

Keamanan merupakan hal penting yang sangat diperhatikan seseorang sebelum menggunakan suatu teknologi. Keamanan akan berpengaruh terhadap kepercayaan seseorang, terlebih jika berhubungan dengan uang. Penyediaan akses yang aman dalam aplikasi dan fitur merupakan bagian dari keamanan.

6) *Rewards*

Hadiah, insentif moneter, kupon, sampel gratis, undian merupakan hal yang dapat memotivasi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks pembayaran elektronik, seseorang akan mendapat manfaat nyata berupa layanan bernilai tambah, diskon, dan cashback setelah mengunduh dan menggunakan ewallet.

### 7) *Social Influence*

Pengaruh sosial juga mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Ketika seseorang dihadapkan dengan produk teknologi baru dan mungkin masih merasa ragu dengan produk tersebut maka ia akan meminta pendapat orang yang dipercayai.

## 2. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Bob Sabran mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.”<sup>69</sup> Gaya hidup menurut Sunarto menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO *activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini).<sup>70</sup> Sedangkan Menurut Sumarwan menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*) lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.<sup>71</sup>

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana

---

<sup>69</sup> Bob Sabran, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.210.

<sup>70</sup> Silvia, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, hlm. 93.

<sup>71</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 14.

ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada umumnya kebutuhan tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk semasa kecil. Perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan. Konsumen cenderung mencari dan mengevaluasi alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang dianutnya.

Konsumen mengembangkan seperangkat konsepsi yang meminimumkan ketidakcocokan atau inkonsistensi di dalam nilai dan gaya hidup mereka. Orang menggunakan konsepsi seperti gaya hidup untuk menganalisis peristiwa yang terjadi disekitar mereka dan untuk menafsirkan, mengkonsep serta meramalkan peristiwa. Sistem konsepsi seperti ini tidak hanya pribadi, tetapi juga terus-menerus berubah sebagai respon terhadap kebutuhan orang untuk mengkonseptualisasikan petunjuk dari lingkungan yang berubah agar konsisten dengan nilai dan kepribadiannya sendiri.

#### **a. Faktor- faktor Gaya Hidup**

Menurut Silvy L Mandey mengemukakan bahwa faktor-faktor gaya hidup dari para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel aktivitas, *interest* (minat), dan opini pandangan-pandangan.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Silvy, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, hlm. 91.

Josep Plumer misalnya mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal:

- 1) Bagaimana mereka menghabiskan waktunya.
- 2) Minat mereka, apa yang dianggap penting disekitarnya.
- 3) Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain.
- 4) Karakter-karakter dasar seperti tahap yang mereka telah lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.

#### **b. Indikator Gaya Hidup**

Menurut Sunarto dalam Silvy indikator gaya hidup diantaranya:<sup>73</sup>

- 1) *Activites* (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- 2) *Interest* (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
- 3) *Opinion* (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orak ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan

---

<sup>73</sup> Silvy, hlm. 92.

penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Peter dan Olson mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang:

- 1) Kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan
- 2) Opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis).

### 3. Pengertian Promosi

Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong “*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*”, artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.<sup>74</sup> Menurut Rangkuti, promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.<sup>75</sup>

Setelah melihat teori para ahli tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk dan jasa kepada konsumen untuk mendorong dan membujuk konsumen untuk membeli produk dan jasa

---

<sup>74</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, “*Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 76.

<sup>75</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 50.

tersebut. Promosi merupakan salah satu alat penting dalam pemasaran dan sering disebut sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Sekarang lebih dikenal dengan istilah *Promotional Mix*, yaitu kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan, personal selling atau alat promosi lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

#### **a. Fungsi dan Tujuan Promosi**

Ada 3 fungsi utama promosi yang dicapai dalam kegiatan promosi, yaitu:<sup>76</sup>

- 1) Mencari dan mendapatkan perhatian (*attention*) dari calon pembeli.

Perhatian calon pembeli harus diperoleh karena ini merupakan titik awal proses pengambilan keputusan pembeli pada suatu jenis perumahan ataupun jasa dipastikan tidak akan membelinya.

- 2) Menumbuhkan ketertarikan atas barang dan jasa pada calon pembeli.

Perhatian yang sudah diberikan pada seseorang mungkin akan dilanjutkan dengan tahap berikutnya pada seseorang mungkin akan dilanjutkan dengan tahap berikutnya atau mungkin berhenti tahap selanjutnya adalah timbulnya akan membelinya.

- 3) Mengembangkan keinginan (*desire*) pembeli untuk memilih jasa ditawarkan.

Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu maka timbul rasa ingin memilikinya, dan

---

<sup>76</sup> Kotler dan Armstrong, "*Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*, hlm. 54.

bila merasa maka rasa ingin semakin besar dan akan diikuti suatu keputusan yang positif.

Tujuan dari promosi adalah sebagai berikut:<sup>77</sup>

1) Memberitahu

Tujuan ini bersifat informasi di mana produsen menggunakan promosi untuk memberitahukan pasar, apa yang ditawarkan olehnya. Promosi ini sering digunakan pada tahap-tahap awal siklus kehidupan produk. Informasi ini juga membantu konsumen dalam menentukan jenis perumahan yang akan dibelinya.

2) Membujuk

Tujuan ini bersifat persuasif di mana perusahaan berusaha memberikan kesan positif terhadap pembeli. Maksudnya agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi yang bersifat persuasif ini digunakan memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupannya.

3) Mengingat

Tujuannya untuk mempertahankan pembeli dengan terus mengingatkan adanya jenis perumahan tersebut. Promosi yang bersifat mengingat ini terutama diperlukan untuk jenis perumahan yang telah memasuki tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Kotler dan Amstrong, h. 57.

<sup>78</sup> Dewi Mahrani dan Taufiq Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam" Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 6, no. 3 (2020): hlm. 410.

## **b. Indikator Promosi**

Menurut Kotler dan Keller, indikator- indikator promosi diantaranya adalah :<sup>79</sup>

### 1) Pesan Promosi

Merupakan tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar.

### 2) Media Promosi

Adalah media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi.

### 3) Waktu Promosi

Merupakan lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

## **4. Perilaku Konsumsi Islam**

Konsumsi adalah salah satu kegiatan ekonomi dengan tujuan mengurangi atau menghabiskan manfaat suatu barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam sendi kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, terkadang konsumsi yang dimaksud adalah tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum. Tetapi, konsumsi yang ada merupakan pemenuhan akan kebutuhan pokok (makan dan minum), serta

---

<sup>79</sup> Kotler dan Amstrong, "*Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*". hlm. 43



untuk pemenuhan kebutuhan sandang dan papan. Hal ini harus dilaksanakan secara terencana sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia.<sup>80</sup>

Menurut Soeharno, konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, sedangkan menurut Miller dan Stafford telah diungkapkan bahwa konsumen adalah setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk. Perilaku konsumsi masing-masing berkaitan dengan sikap lingkungan dan gaya hidup serta pendapatan. Tujuan konsumsi manusia adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/jasa, dan mencapai kepuasan.<sup>81</sup> Dalam ekonomi Islam, sebagaimana dijelaskan dalam teori ekonomi *neoklasik*, masalah utama ekonomi bukanlah kelangkaan, tetapi masalah utama ekonomi yaitu distribusi perekonomian. Distribusi adalah kegiatan yang menyatukan kepentingan produsen dan konsumen yang bertujuan untuk kemaslahatan umat.

Menurut Al-Ghazali, tujuan utama kehidupan manusia adalah untuk mencapai kebaikan dunia dan akhirat, tingkat perilaku konsumsi menurut Al-Ghazali ada tiga macam yaitu kebutuhan (*dharuriyyah*), kesenangan (*hajiyyah*) dan kemewahan (*tahsiniyyah*). Menurutnya sikap konsumsi yang bersifat bersenang-senang dan bergaya (*tabdzir, israf*) sangat tidak cocok untuk kehidupan seorang muslim. Sikap yang seperti ini dapat menimbulkan kerusakan dan kerugian bagi seorang muslim. kebutuhan (*hajat*) merupakan keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam

---

5. <sup>80</sup> Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam" Vol 2, no. 1 (2015): hlm. 5.

<sup>81</sup> Septiana, hlm. 6.

mempertahankan kelangsungan hidupnya seperti dalam hal kebutuhan makanan dan pakaian.<sup>82</sup>

#### a. Prinsip – prinsip Konsumsi Islam

Al-Ghazali sangat memahami urgensi konsumsi dan kebutuhannya dalam kehidupan, sehingga dapat dilihat bahwa pemikiran ekonomi Al-Ghazali tentang konsumsi adalah sebagai berikut:<sup>83</sup>

- 1) Konsep Al-Ghazali tentang pemenuhan kebutuhan banyak memfokuskan kepada terpenuhinya kebutuhan manusia secara lahiriah dan batiniah. Sehingga aspek ini merupakan salah satu hal yang penting dalam proses berkehidupan, dan dituntut untuk mengutamakan akhirat daripada dunia.
- 2) Al-Ghazali berpendapat bahwa setiap orang bertanggung jawab atas pemenuhan kebutuhannya masing-masing dan harus mengusahakannya semaksimal mungkin tentunya sesuai kebutuhan serta dengan norma dan etika Islam.
- 3) Al-Ghazali selalu menekankan etika dan norma dalam mengkonsumsi yang halal dan tayyib serta menjauhi yang haram.

Qardhawi menguraikan beberapa prinsip pokok dalam perilaku konsumsi dalam Islam, yaitu:<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Ismaul Faizah, “Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang),” *Journal of Islamic Economics Studies* Vol 1, no. 2 (2020): hlm. 71.

<sup>83</sup> Cucu Komala, “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali,” *Jurnal Perspektif* Vol. 2, no. 2 (2018): hlm. 257.

<sup>84</sup> Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam,” hlm. 11.

- 1) Dasar dari pola konsumsi dalam Islam adalah keinginan untuk mengurangi keinginan biologis yang berlebihan yang timbul dari faktor psikis buatan dalam rangka menyesuaikan energi manusia dengan tujuan spiritual.
- 2) Anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Syariah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipegang manakala seseorang berkonsumsi.

Menurut Mannan ada beberapa etika konsumsi yaitu sebagai berikut:<sup>85</sup>

a) Prinsip Keadilan

Konsumsi tidak boleh mengarah pada kezaliman, harus dalam saluran aturan atau hukum agama, dan harus menjunjung tinggi kebaikan. Islam memiliki berbagai aturan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi.

b) Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat mengganggu fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah SWT. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubaziran atau bahkan merusak.

---

<sup>85</sup> Desi Isnaini, "Relevansi Religiusitas dengan Perilaku Konsumsi," *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol. 6, no. 1 (2020): hlm. 115.

c) Prinsip Kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah SWT dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini berarti melebihi kebutuhan normal dan cenderung menuruti nafsunya sendiri dan sebaliknya, terlalu hemat untuk menyiksanya. Islam menyerukan konsumsi dalam jumlah yang wajar untuk memenuhi kebutuhan manusia agar tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif di tingkat individu dan sosial.

d) Prinsip Kemurahan Hati

Menurut ajaran Islam, tidak ada bahaya atau dosa dalam memakan makanan halal karena karunia Allah SWT. Meskipun konsumsi ini merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang kondusif dan berfungsi untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT yang telah menunjukkan belas kasihan kepada manusia.<sup>86</sup>

e) Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

3) Secara mendasar kebutuhan manusia dapat digolongkan ke dalam 3 macam, yaitu:

a) Barang untuk keperluan pokok

---

<sup>86</sup> Isnaini, hlm. 116.

- b) Barang untuk keperluan kesenangan
- c) Barang untuk keperluan kemewahan.

Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam *al-maqasid al-syari'ah* dengan istilah *daruriyyah*, *hajjiyah*, dan *tahsiniyyah*. Sehingga dalam memenuhi kebutuhan seorang konsumen lebih mengedepankan aspek kebutuhan daripada aspek keinginan demi membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang sifatnya senantiasa tidak terbatas.<sup>87</sup>

- 4) Kunci memahami perilaku konsumen dalam Islam tidak hanya mengetahui apa yang dilarang, tetapi juga memahami konsep dinamis pola konsumsi yang didorong oleh sikap yang selalu menghargai konsumsi muslim lainnya.

#### **b. Karakteristik Perilaku Konsumsi Islam**

Menurut pernyataan Ahmed, keyakinan memiliki dampak signifikan terhadap kualitas dan kuantitas konsumsi berupa kepuasan material dan spiritual serta membentuk kecenderungan dalam perilaku konsumsi. Ada tiga ciri perilaku konsumsi sebagai indikatornya, yaitu:<sup>88</sup>

- 1) Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi tiga motif utama yakni; masalah, kebutuhan dan kewajiban.
- 2) Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya tiga hal tdi tapi juga kemudian akan

---

<sup>87</sup> Novi Indriyani, "Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* Vol. 2, no. 1 (2016): hlm. 103.

<sup>88</sup> Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam," hlm. 3.

dipengaruhi secara signifikan oleh ego, *rasionalisme*, *materialism*, dan keinginan yang bersifat *individualistis*.

- 3) Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai *individualistis* (*selfishness*), ego, keinginan, dan *rasionalisme*.

Terdapat lima pokok pemikiran Al-Ghazali mengenai perilaku konsumsi yang perlu diperhatikan oleh kaum Muslimin yaitu:<sup>89</sup>

- 1) Aktivitas konsumsi tidak sekedar memenuhi kepuasan semata, tetapi dilakukan atas dasar ketaatan kepada Allah SWT, dengan penuh keyakinan.
- 2) Sumber pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa yang akan dikonsumsi harus sesuai dengan ajaran Islam. Artinya sumber dana diperolehnya harus benar, bukan hasil yang haram.
- 3) Barang dan jasa yang dikonsumsi harus halal.
- 4) Bersikap pertengahan dalam konsumsi. Artinya, dalam berkonsumsi tidak boleh kikir dan tidak boleh isyraf. Sikap berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta bertentangan dengan jalan Allah SWT. Kaum Muslimin harus menghindari dua perilaku setan, yaitu berlebih-lebihan dan merusak dalam setiap aktivitasnya.
- 5) Konsumsi harus sesuai dengan adab atau norma, nilai syariat Islam. Artinya, ketika makan atau minum, seorang yang beradab harus menggunakan tangan kanan, duduk, dan tidak bercakap-cakap.

---

<sup>89</sup> Komala, "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali," hlm. 260.

Menurut Huda dalam Wigati ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim yaitu :<sup>90</sup>

- 1) Keyakinan akan kiamat dan akhirat adalah prinsip yang akan mendorong konsumen untuk mengutamakan konsumsi kehidupan masa depan di atas dunia. Konsumsi untuk ibadah lebih diutamakan daripada konsumsi sekuler. Konsumsi untuk ibadah merupakan (*future consumption*) karena terdapat balasan surga di akhirat sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
- 2) Keberhasilan seorang muslim dalam hidup tidak diukur dari banyaknya harta yang dimilikinya, melainkan dari akhlak agama Islam. Semakin tinggi moral, semakin tinggi pencapaiannya. Kebajikan, kebenaran dan pengabdian kepada Allah adalah kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran datang dari perbuatan baik, kegunaan hidup, dan pantang dari kejahatan.
- 3) Kedudukan harta merupakan anugerah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk sehingga harus dijauhi secara berlebihan. Kekayaan, jika dibudidayakan dan digunakan dengan benar adalah alat untuk mencapai tujuan hidup.

## **B. Kerangka Pemikiran**

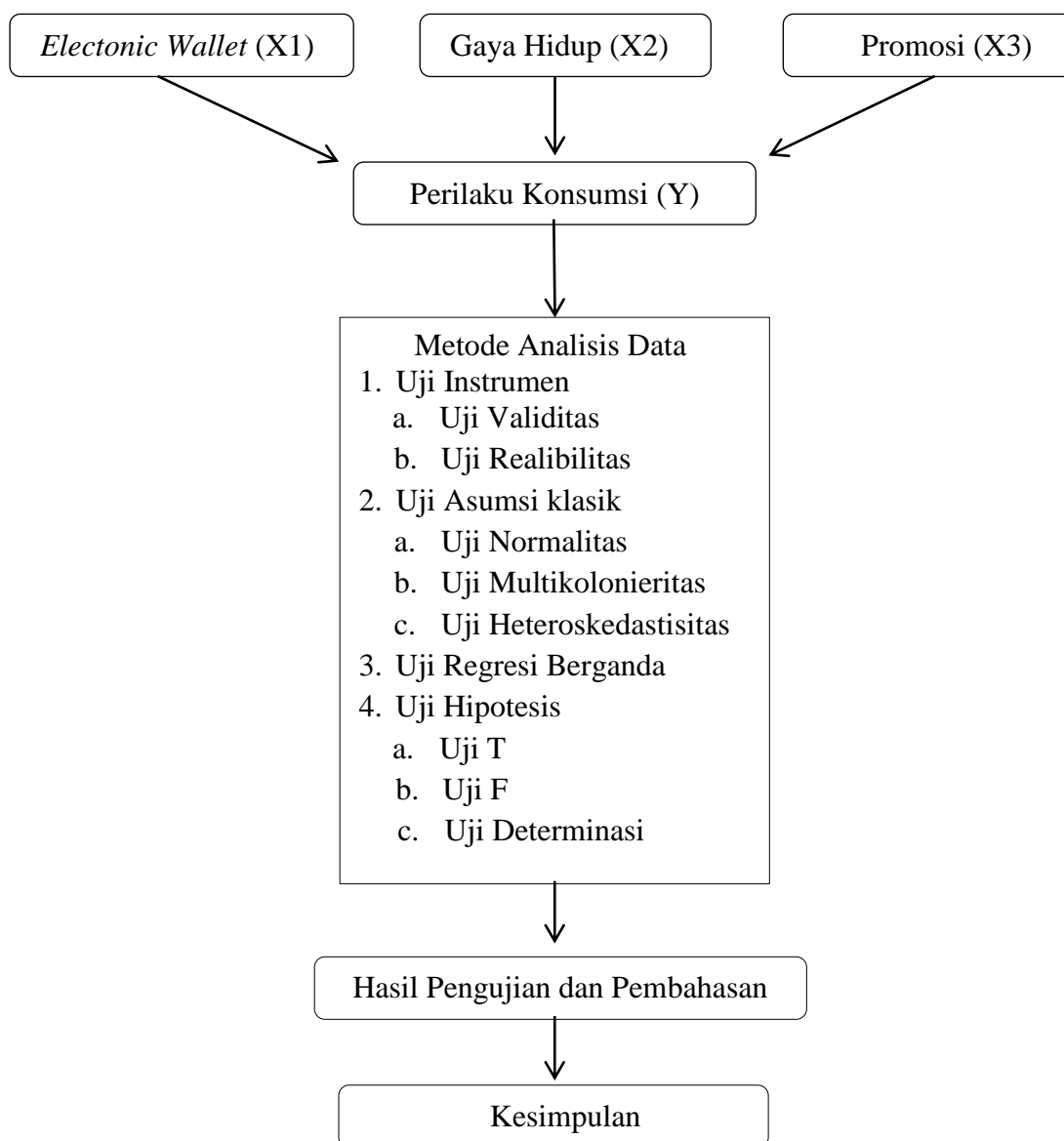
Menurut Uma Sekaran kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal penting. Kerangka pemikiran menunjukkan antara

---

<sup>90</sup> Nurul Huda dan Hulmansyah, "Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 2, no. 2 (2018): hlm. 250.

pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumsi Islam (Y). Variabel independen terdiri dari *Electronic Wallet* (X1), Gaya Hidup (X2), dan Promosi (X3).<sup>91</sup> Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun model riset dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



<sup>91</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hlm. 46.



### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Sejarah Berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup memiliki latar belakang sejarah yang cukup panjang. Pada awalnya hanya sebuah Fakultas Ushuluddin yang berstatus sebagai Fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang atau dengan kata lain IAIN Raden Fatah cabang Palembang yang berada di Curup. Sementara IAIN Raden Fatah sendiri merupakan cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Gagasan pendirian Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup tanggal 21 Oktober 1962. Susunan kepanitiaan tersebut terdiri dari pelindung, penasehat, ketua I, ketua II, sekretaris I, sekretaris II, bendahara, pembantu, dan seksi-seksi. Pendirian fakultas ini antara lain mendapat dukungan dari Prof. Dr. Mr. Hazairin, HM. Husein, Gubernur Sumatera Selatan, Prof. Ibrahim Husein dan lain sebagainya.<sup>92</sup>

Tak lama setelah Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin dibentuk, didirikan pula Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup. Gagasan ini juga memperoleh sambutan hangat dan semangat dari seluruh lapisan masyarakat Curup. Dengan mendapat dukungan dari berbagai pihak, pada tahun 1963 Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup mendirikan Fakultas Syariah

---

<sup>92</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, *Buku Pedoman Akademik Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup* (Curup: Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN Curup 2018, 2018), hlm 5.

dengan status swasta. Fakultas Syariah yang baru lahir dipimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai Dekan dan Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan.

Hampir bersamaan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang yang semula sebagai cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Curup juga diganti menjadi Fakultas Ushuluddin. Dengan keluarnya surat keputusan menteri agama RI No. 86 tahun 1964 dan yang tadinya berstatus swasta berubah menjadi negeri. SK perubahan status dari swasta menjadi negeri disusul dengan penerbitan surat keputusan menteri agama No. 87 Tahun 1964 yang menyatakan bahwa Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup.<sup>93</sup>

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan kontribusi penting bagi perkembangan peradaban Islam di Kabupaten Rejang Lebong, terutama bidang keagamaan. Bupati Rejang Lebong Syarifuddin Abdullah pada tahun 1964 memberi bantuan berupa Mobil Jeep Land Rover, uang rutin setiap bulan Rp. 10.000, bensin premium 15 liter setiap hari, mesin ketik dan seperangkat kursi dan meja untuk ruangan tamu dan pimpinan.<sup>94</sup>

Dalam perjalanan sejarahnya, lokasi perkuliahan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup pernah berpindah-pindah beberapa kali. Dari tahun 1963 hingga 1964 ditempati gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Curup yang berlokasi di Talang Rimbo Curup. Dari tahun 1965 hingga 1968 digunakan gedung yang saat ini yang menjadi lokasi Rumah Sakit Umum Daerah Curup di jalan Dwi Tunggal. Dari tahun 1969 hingga tahun 1981 pernah

---

<sup>93</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 6.

<sup>94</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 7.

digunakan gedung Yayasan Rejang Setia bekas sekolah Belanda (HIS) di jalan Setia Negara. Kemudian tahun 1982 Fakultas Ushuluddin bisa bernafas lega karena sudah menempati bangunan sendiri berkat bantuan dari pemerintah yang berlokasi di Jl. Dr. AK. Gani Curup hingga saat ini.<sup>95</sup>

Seiring perkembangan dinamika zaman, banyak sekali perubahan kebijakan atau lahir kebijakan baru dari pemerintah pusat yang berimbas ke daerah-daerah. Salah satu perubahan tersebut adalah kebijakan bidang pendidikan, terutama lembaga-lembaga pendidikan tinggi agama yang diselenggarakan oleh Departemen Agama. Lahirlah sebuah peraturan baru yang mengharuskan IAIN cabang sekolah tinggi dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Secara otomatis Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup berubah status menjadi STAIN. Secara yuridis formal perubahan tersebut dituangkan dalam Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997. Setelah melewati hampir lebih kurang selama 20 tahun STAIN Curup bercita-cita menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Segala persiapan dan upaya telah dilakukan, dan akhirnya tahun 2018 berdasarkan Peraturan Presiden No. 24 tahun 2018, STAIN Curup secara resmi berubah bentuk menjadi IAIN Curup.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 8.

<sup>96</sup> Official Website IAIN Curup-Center of Excellence and Islamic Learning Center, "Sejarah IAIN Curup," *Sejarah IAIN Curup*, January 8, 2022, <https://iaincurup.ac.id/Sejarah/>.

**Tabel. 3.1**  
**Dekan Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup Sebelum Menjadi STAIN Curup.<sup>97</sup>**

No	Nama	Menjabat
1	KH. Amin Addary	Tahun 1996-1880
2	Drs. Moh. Dachil	Tahun 1980-1984
3	Drs. H. Ramli Isma'il Mahya	Tahun 1984-1988
4	Drs. H. Eddy Su'ud Abd. Salam	Tahun 1988-1998

*Sumber:Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN Curup*

**Tabel. 3.2**  
**Ketua STAIN Curup Sebelum Menjadi IAIN Curup**

No	Nama	Menjabat
1	Drs. H. Eddy Su'ud Abd. Salam	Tahun 1997-1998
2	Drs. Sukarman Syarnubi, M.Pd.I	Tahun 1998-2004
3	Drs. H. Abd. Hamid As'ad, M.Pd.I	Tahun 2004-2008
4	Prof. Dr. H. Budi Kisworo, M.Ag	Tahun 2008-2016
5	Dr. Rahmad Hidayat, M. Ag, M.Pd	Tahun 2016-2018

*Sumber:Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN Curup*

---

<sup>97</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 9.

**Tabel. 3.3**  
**Rektor IAIN Curup Dari Tahun 2018 Sampai sekarang**

No	Nama	Menjabat
1	Dr. Rahmad Hidayat, M. Ag, M.Pd	Tahun 2018-2022
2	Prof. Dr. Idi Warsah., M.Pd.I	Tahun 2022-2026

*Sumber: Lembaga Penjamin Mutu (LPM) IAIN Curup*

## **B. Visi dan Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

### 1. Visi

Menjadi lembaga pendidikan tinggi Islam yang bermutu, Religius, Inovatif dan Kompetitif.

### 2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang bermutu, religius, dan menghasilkan ilmu pengetahuan yang inovatif dan kompetitif.
- b. Menyelenggarakan dan mengembangkan berbagai bidang disiplin ilmu melalui penelitian kompetitif yang bermutu dan handal.
- c. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai proses pemanfaatan pengembangan ilmu pengetahuan.<sup>98</sup>

## **C. Tujuan dan Strategi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

### 1. Tujuan

- a. Menghasilkan sarjana yang ahli dalam ilmu-ilmu keislaman, berkarakter, professional, dan mandiri.
- b. Menghasilkan karya ilmiah yang berkualitas.

---

<sup>98</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 12.

- c. Menghasilkan pengabdian masyarakat yang bermutu, inovatif dan kompetitif.
- d. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni budaya yang bernafaskan Islam, dan mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.<sup>99</sup>

## 2. Strategi

- a. Membangun kampus yang kondusif untuk pembelajaran.
- b. Mengembangkan kegiatan pembelajaran dan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset.
- c. Membangun jiwa kewirausahaan melalui kegiatan pembelajaran kerja pengabdian masyarakat.
- d. Mengembangkan jaringan kerjasama untuk mendorong dan meningkatkan kompetisi lembaga dan daya saing lulusan.

## **D. Tugas Pokok dan Fungsi**

### 1. Tugas Pokok

- a. Menyelenggarakan program pendidikan akademik dan profesi dalam bidang ilmu keislaman dan ilmu lain yang terkait dalam rangka menghasilkan lulusan yang berkualitas, berdaya saing tinggi, dan bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Melakukan penelitian dalam bidang ilmu keislaman dan ilmu lain yang terkait dalam rangka menghasilkan hasil penelitian berkualitas dan

---

<sup>99</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 13.

bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan pemecahan masalah di masyarakat.

- c. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka menyumbangkan manfaat hasil pendidikan dan penelitian.<sup>100</sup>

## 2. Fungsi

- a. Perumusan kebijakan dan perencanaan program.
- b. Pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam dan seni, serta pengabdian kepada masyarakat.
- c. Pembinaan civitas akademika dan hubungan akademis ilmiah dan sosial sesuai dengan lingkungannya.
- d. Pelaksanaan kerjasama IAIN Curup dengan Perguruan Tinggi dan lembaga-lembaga lain baik dalam dan luar negeri.
- e. Pelaksanaan kegiatan pelayanan administratif.<sup>101</sup>

### **E. Motto Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

Motto IAIN Curup adalah *ilmu amaliah dan amal ilmiah*. Ilmu amaliah dimaksudkan agar ilmu yang telah dipelajari di IAIN Curup diamalkan dalam kehidupan sehari-hari dalam bingkai kemaslahatan untuk semua alam. Amal ilmiah dimaksudkan agar amal perbuatan yang dikerjakan selalu bertumpu kepada ilmu. Dengan demikian, ilmu dan amal diibaratkan dua sisi mata uang yang integral dan tidak dapat dipisah-pisahkan. Ilmu dan amal adalah dwitunggal dalam tataran praktis.<sup>102</sup>

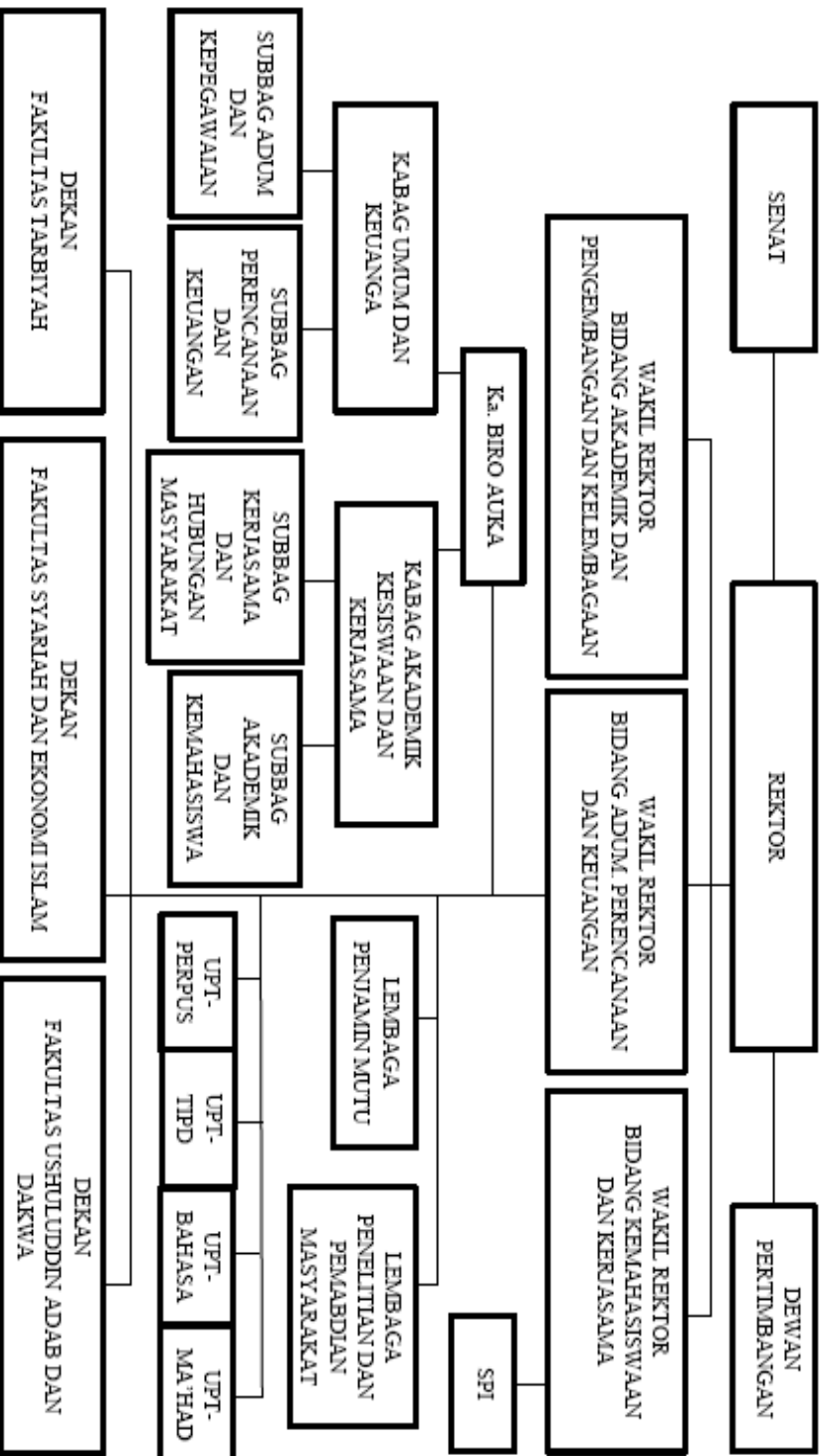
---

<sup>100</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 14.

<sup>101</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 15.

<sup>102</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, hlm 16.

Gambar 3.1 Struktur Organisasi IAIN Curup



Sumber : Data dari Rektorat IAIN Curup sudah dikelola pada tanggal 15 Februari 2022



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat, dilakukan analisis dengan menggunakan *software* SPSS. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 81 responden yang menggunakan *electronic wallet* atau dompet digital. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yang terdiri dari *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi serta variabel dependen yaitu perilaku konsumsi. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti memiliki rata-rata 5-10 item pernyataan yang diajukan pada responden berdasarkan indikator pada setiap variabel. Jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak 32 item dan seluruh item pernyataan dalam frekuensi deskripsi responden menunjukkan valid (*data terdapat pada lampiran*).

Pada jawaban responden terhadap variabel *electronic wallet* rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. peneliti menggunakan indikator menurut Gokhan Aidin dan Sebnem Burnaz yaitu *Personal Innovativeness* , *Perceived Ease of Use (EAS)*, *Perceived Compatibility*, *Perceived Usefulness* , *Perceived Security*, *Rewards*, dan *Social Influence*. Ini mengidentifikasi bahwa penggunaan *electronic wallet* berdasarkan inovasi diri sendiri dalam mengenal teknologi baru, melihat sisi kemudahan, kegunaan, keamanan, hadiah

dan juga pengaruh sosial memang dibenarkan oleh para mahasiswa. Berarti *electronic wallet* memiliki kecenderungan bagi mahasiswa untuk melakukan transaksi secara cepat dan mudah serta mempengaruhi perilaku konsumsi para mahasiswa. Bagi pihak perusahaan *e-wallet* keamanan dan akses kemudahan menjadi daya tarik para konsumen, namun disisi lain menyebabkan para konsumen menggunakan uangnya tidak sesuai dengan kebutuhan dan cenderung tidak sesuai dengan perilaku konsumsi menurut Islam.

Pada jawaban responden variabel gaya hidup rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Peneliti menggunakan indikator menurut Sunarto yaitu aktivitas, minat dan opini/pendapat. Ini mengidentifikasi bahwa para mahasiswa cenderung bergaya hidup mengikuti *trend* yang terjadi pada saat ini. Sehingga menyebabkan perilaku mahasiswa tidak sesuai dengan perilaku konsumsi menurut Islam.

Pada jawaban responden variabel promosi rata-rata memiliki nilai 4 artinya kecenderungan setuju. Peneliti menggunakan indikator menurut Kotler dan Keller yaitu pesan promosi, media promosi dan waktu promosi menjadi tolak ukur informasi dapat diterima pada konsumen dan menggerakkan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang di promosikan. Ini mengidentifikasikn bahwa para mhasiswa dapat menyerap informasi dari berbagai macam media, sehingga promosi tersebut bisa mempengaruhi perilaku konsumsi mereka dan meningkatkan terhadap produksi/ jasa pada suatu perusahaan. Namun, disisi lain meningkatnya promosi dan semakin tertariknya konsumen untuk membeli, hal tersebut mengakibatkan promosi menjadi salah

satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, dan tidak sesuai dengan perilaku konsumsi menurut Islam.

Frekuensi jawaban responden terhadap variabel perilaku konsumsi memiliki rata-rata nilai 4. Hal ini berdasarkan menurut Ahmed yang menyebutkan bahwa ketika keimanan seseorang pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi tiga motif utama yakni; masalah, kebutuhan dan kewajiban. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya tiga hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme, materialism, dan keinginan yang bersifat individualistis. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (selfishness), ego, keinginan, dan rasionalisme.

Dari hasil analisis yang diuraikan di atas bahwa terdapat kecenderungan perilaku mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* tidak berdasarkan masalah, kebutuhan dan kewajiban. Dikarenakan beberapa mahasiswa membeli sesuatu dengan tanpa didasari kebutuhan. Terlebih lagi promosi-promosi yang muncul di media sosial ataupun media cetak yang mudah diakses, serta gaya hidup yang selalu dinamis menyebabkan mahasiswa dengan tingkat keimanan yang rendah tidak memperdulikan perilaku konsumsinya.

## **A. Uji Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Validitas menurut Abdillah dan Hartono adalah kriteria utama keilmiahannya suatu penelitian yang secara umum dibagi menjadi validitas

internal dan validitas eksternal. Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner.<sup>103</sup> Pengujian validitas yang mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Kriteria pengujiannya yaitu: Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (dapat dinyatakan bahwa item dapat diterima) .Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (dapat dinyatakan ditolak maka item harus di drop).<sup>104</sup> Untuk mendapatkan nilai  $R$  tabel maka harus melihat ditabal  $R$  sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Tabel R**  
**Nilai-Nilai r Product Moment**

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181

<sup>103</sup> Abdillah Willy dan Hartono, *Partial Least Square (PLS) : alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (Yogyakarta, 2015), hlm 71.

<sup>104</sup> Willy dan Hartono, hlm 206.

17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Sumber: Sugiyono, 2008, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, hlm 373

Karena sampel yang digunakan pada uji ini berjumlah 81 sampel, maka nilai  $r$  hitung  $> 0.220$  dengan dengan tarif signifikan 5%. Berikut merupakan tabel hasil pengujian validitas:

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Wallet***

Item Pernyataan Electronic Wallet (X1)	Total Score Correlation	Nilai Statistik	Keterangan
Dengan adanya E-Wallet membuat transaksi menjadi lebih mudah, praktis dan efisien	Pearson Correlation	,722**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Melalui aplikasi E-Wallet yang anda gunakan dapat memberikan promo dan diskon	Pearson Correlation	,687**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Dalam menggunakan E-Wallet anda merasakan transaksi menjadi lebih aman dan rendah resiko pencurian	Pearson Correlation	,828**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Anda merasa terbantu untuk mengendalikan keuangan dengan adanya Riwayat transaksi pada aplikasi E-Wallet yang anda gunakan	Pearson Correlation	,839**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Dengan adanya kemudahan <i>Top Up</i> saldo E-Wallet dimanapun memberi kemudahan bagi	Pearson Correlation	,801**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	

anda			
Beberapa toko <i>offline</i> dan <i>online</i> dan tempat transaksi belum menyediakan fitur pembayaran melalui aplikasi E-Wallet	Pearson Correlation	,665**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
E-Wallet tidak bisa diuangkan, hanya bisa menggunakan uang dalam bentuk transfer ke sesama pemilik aplikasi	Pearson Correlation	,636**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Meningkatkan konsumsi atau pembelian barang	Pearson Correlation	,580**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	

Sumber: data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup**

Item Pernyataan Gaya Hidup (X2)	Total Score Correlation	Nilai Statistik	Keterangan
Saya mengunjungi tempat wisata yang sedang <i>hits</i> .	Pearson Correlation	,749**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Saya mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang sedang <i>trend</i> di kalangan mahasiswa	Pearson Correlation	,785**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu menjadi salah satu hobi saya dalam memanfaatkan waktu senggang.	Pearson Correlation	,816**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Saya mengkonsumsi sesuatu karena kegiatan sosial yang saya jalani bersama teman-teman.	Pearson Correlation	,807**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Ketika penat dan suntuk, saya mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu untuk mencari hiburan/kesenangan.	Pearson Correlation	,776**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Saya akan berusaha	Pearson Correlation	,726**	<i>Valid</i>

mengajak keluarga saya untuk mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan.	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Saya mempunyai hobi yang tidak bertentangan dengan norma dan agama.	Pearson Correlation	,698**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Bagi saya sebagai mahasiswa sangat mempengaruhi cara berpikir dan pola hidup saya.	Pearson Correlation	,733**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Sebagai seorang mahasiswa, saya senang menanggapi isu sosial, isu politik ataupun bisnis.	Pearson Correlation	,678**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Sebagai seorang mahasiswa, saya senang menanggapi isu sosial, isu politik ataupun bisnis.	Pearson Correlation	,606**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	

Sumber: data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

Item Pernyataan Promosi (X3)	Total Score Correlation	Nilai Statistik	Keterangan
Dengan adanya promosi bisa menumbuhkan perhatian konsumen pada suatu barang atau jasa	Pearson Correlation	,826**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Lebih mudah mencari informasi terhadap suatu barang atau jasa.	Pearson Correlation	,891**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Meningkatkan keinginan pembeli terhadap jasa atau barang yang ditawarkan.	Pearson Correlation	,874**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Dengan adanya promosi besar-besaran dari suatu perusahaan baik jasa atau barang, konsumen cenderung membeli walaupun sedang tidak dibutuhkan.	Pearson Correlation	,785**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Promosi meningkatkan daya jual beli masyarakat.	Pearson Correlation	,832**	<i>Valid</i>
	Sig. (2-tailed)	,000	

N	81
---	----

Sumber: data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi**

Item Pernyataan Perilaku Konsumsi (Y)	Total Score Correlation	Nilai Statistik	Keterangan
Konsumsi tidak boleh mengarah pada kedzaliman, harus dalam aturan atau hukum agama dan menjunjung tinggi kebaikan	Pearson Correlation	,750**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Mengonsumsi pada sesuatu yang terbebaskan dari kotoran atau penyakit yang dapat mengganggu fisik dan mental manusia.	Pearson Correlation	,679**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Islam menyerukan konsumsi dalam jumlah yang wajar untuk memenuhi kebutuhan manusia agar tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif.	Pearson Correlation	,770**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Tidak ada bahaya atau dosa dalam memakan makanan halal karena Karunia Allah SWT.	Pearson Correlation	,718**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.	Pearson Correlation	,755**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi dengan masalah, kebutuhan, dan kewajiban.	Pearson Correlation	,798**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Ketika keimanan ada pada tingkat kurang baik, maka motifnya didominasi dengan keegoisan, keinginan yang bersifat <i>individualistis</i> , dan lain-lain.	Pearson Correlation	,742**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	
Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi akan	Pearson Correlation	,676**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	



didominasi oleh nilai- nilai individualistis, rasionalisme, ego, dan keinginan.	N	81	
---------------------------------------------------------------------------------	---	----	--

Sumber: data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

Dari keterangan tabel 4.2 sampai tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai  $r$  hitung masing-masing pertanyaan dari keempat variabel > daripada nilai  $r$  tabel (0,220). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan yang mendukung penelitian ini adalah valid, semua item pertanyaan dalam variabel berbintang dua yang menunjukkan signifikan pada level 5%, sehingga tidak ada item pertanyaan yang dihapus dan semua item digunakan pada keseluruhan model pengujian.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Kemudian untuk pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Ghazali suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,6.<sup>105</sup> Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics (Electronic Wallet)</b>		
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
,866	8	Reliabel
<b>Reliability Statistics (Gaya Hidup)</b>		

<sup>105</sup> Aldo Gunawan Andres, "Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol. 16, no. 1 (2016): hlm. 3, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>.

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
,906	10	Reliabel
<b>Reliability Statistics (Promosi)</b>		
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
,895	5	Reliabel
<b>Reliability Statistics (Perilaku Konsumsi)</b>		
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>	<b>Keterangan</b>
,877	8	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

**Tabel 4.6 Lanjutan**

Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Electronic Wallet (X1)</i>	0,866 > 0,60	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,906 > 0,60	Reliabel
Promosi (X3)	0,895 > 0,60	Reliabel
Perilaku Konsumsi (Y)	0,877 > 0,60	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

Dari keterangan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas memperlihatkan semua variabel nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel electronic wallet, gaya hidup dan promosi adalah reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

## **B. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model

regresi.<sup>106</sup> Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan kriteria:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\geq 0,05$  data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\leq 0,05$  data tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,16071481
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.053
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*, didapat nilai tingkat Signifikansi adalah 0,200, maka dapat dikatakan  $0,200 > 0,05$  data berdistribusi normal, berarti asumsi normalitas data terpenuhi.

## 2. Uji Multikolonieritas

Tujuan uji multikolonieritas untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah multikolonieritas. Model regresi yang baik

<sup>106</sup> Ghozali, hlm. 160.

seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.<sup>107</sup> Adapun hasil uji Multikolonieritas sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14,056	2,619		5,368	.000		
<sup>1</sup> Electronic Wallet	.249	.093	.289	2.683	.009	.649	1.541
Gaya Hidup	.061	.072	.096	.842	.402	.580	1.725
Promosi	.466	.142	.373	3.277	.002	.582	1.717

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa :

**Tabel 4.8 Lanjutan**

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria
X1	0,649	1,541	Tidak terjadi multikolonieritas
X2	0,580	1,725	Tidak terjadi multikolonieritas
X3	0,582	1,717	Tidak terjadi multikolonieritas

Pada hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai tolerance untuk variabel *Electronic Wallet* (X1), *Gaya Hidup* (X2), *Promosi* (X3) masing-masing sebesar 0,649, 0,580, 0,582. Nilai tolerance yang diperoleh pada variabel tersebut lebih dari 0.1 serta nilai VIF untuk variabel *Electronic Wallet* (X1), *Gaya Hidup* (X2), *Promosi* (X3), masing-masing sebesar 1,541, 1,725, 1,717. Dimana nilai VIF pada variabel tersebut kurang dari 10. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas.

<sup>107</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, hlm. 105–106.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas.<sup>108</sup> Model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan suatu uji yang dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas akan terjadi apabila nilai signifikannya  $< 5\%$ .<sup>109</sup>

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,001	,006		,167	,868
<i>Electronic Wallet</i>	-3,848E-6	,000	-1.32	-,948	,346
Gaya Hidup	,123	,069	.039	1,785	,078
Promosi	,215	,149	,275	1,450	,151

Sumber : data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022

Berdasarkan output di atas , diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Variabel	SIG	Kriteria
X1	0,346	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,078	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,151	Tidak terjadi heteroskedastisitas

<sup>108</sup> Ghozali, hlm. 139.

<sup>109</sup> Ghozali, hlm. 143.

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas di tabel 4.9 terlihat bahwa nilai signifikan variabel independen variabel *Electronic Wallet* (X1), Gaya Hidup (X2), Promosi (X3), masing-masing sebesar 0,346, 0,078 dan 0,151. variabel tersebut tidak signifikan yaitu lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedstisitas.

### C. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank syariah (Y).<sup>110</sup> Berikut dapat dilihat hasil regresi linear berganda:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,056	2,619		5,368	.000
Electronic Wallet	.249	.093	.289	2,683	.009
Gaya Hidup	.061	.072	.096	,842	.402
Promosi	,466	,142	,373	3,277	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diperoleh nilai Konstanta (a) dan nilai Koefisien regresi (b) yang selanjutnya dapat dibentuk persamaan Regresi

<sup>110</sup> Ghozali, hlm. 62.

Berganda sebagai berikut:  $Y' = (14.056) + (0.249)X_1 + (0.061)X_2 + (0.466)X_3 + e$   
 dari model persamaan regresi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Nilai Konstanta (a) 14.056, karena a dalam garis regresi bertanda positif dengan angka 14.056, maka garis regresi akan memotong sumbu Y di atas origin (0) pada angka 14.056.
2. Koefisien regresi *Electronic Wallet* (X1) sebesar 0,249 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin *Electronic Wallet* (X1) akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,249 kali.
3. Koefisien regresi Gaya Hidup (X2) sebesar 0,061 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin gaya hidup (X2) akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,061 kali.
4. Koefisien regresi Promosi (X3) sebesar 0,466 mengandung arti bahwa setiap tambahan satu poin promosi (X3) akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) sebesar 0,466 kali.

#### **D. Uji Hipotesis**

##### **1. Uji Statistik T (Signifikansi Parameter Individual)**

Uji t Test digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji *t statistic* untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu.<sup>111</sup> Adapun hasil uji *t* adalah sebagai berikut:

---

<sup>111</sup> Bawono, *Multivariate Analysis Dengan Spss*, h. 91.

Tabel 4.11 Hasil Uji T Test

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14,056	2,619		5,368	.000
	Electronic Wallet	.249	.093	.289	2.683	.009
	Gaya Hidup	.061	.072	.096	.842	.402
	Promosi	.466	.142	.373	3.277	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Apabila nilai sig. < 0,05 atau 5% maka variabel tersebut dinyatakan positif berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji t hitung masing-masing untuk *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi yaitu :

1. *Electronic wallet* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel 2,683 dengan taraf signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin tinggi penggunaan *electronic wallet* terhadap mahasiswa maka, akan meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018.
2. Gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel gaya hidup sebesar 0,842 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,402 lebih besar dari 0,05.



3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel promosi sebesar 3,227 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi tingkat promosi maka semakin tinggi perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018.

## 2. Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)

Bertujuan untuk mengetahui da atau tidaknya berpengaruh atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	997,076	3	332,359	18,479	.000 <sup>b</sup>
Residual	1384,924	77	17,986		
Total	2382,000	80			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Electronic Wallet, Gaya Hidup, Promosi

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Berdasarkan hasil uji F pada penelitian ini *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien sebesar 18,479 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

### 3. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau sejauh mana kontribusi variabel mempengaruhi variabel dependen. Analisis koefisien deetrminasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase (%) pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>112</sup> Hasil uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>.**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 <sup>a</sup>	.419	.396	4,24099

a. Predictors: (Constant), Electronic Wallet, Gaya Hidup, Promosi

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Tabel di atas menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,647 ini berarti ada hubungan antara variabel dependen (perilaku konsumsi) dengan variabel independen (*electronic wallet*, gaya hidup dan promosi) sebesar 0,647. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,396 ini berarti kontribusi variabel independen (*electronic wallet*, gaya hidup dan promosi) mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumsi) sebesar 39,6% sedangkan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi variabel lain diluar model.

<sup>112</sup> Bawono, hlm. 92–93.

## E. Pembahasan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Pembahasan masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *electronic wallet* (X1) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa(Y)

Berdasarkan Pengujian *T test*, nilai koefisien sebesar 2,683 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *electronic wallet* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara *electronic wallet* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa diterima (Hipotesis 1 dapat dibuktikan). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Renita Ridha (2021) yang menguji pengaruh intensitas penggunaan *electronic wallet* dan mobile banking terhadap perilaku konsumsi mahasiswa muslim. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.<sup>113</sup>

Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari Nasution & Azmin, manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* manfaat yang dirasakan adalah sebuah tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dan pengukurannya didasarkan pada frekuensi penggunaan dan keanekaragaman aplikasi yang dioperasikan.

---

<sup>113</sup> Renita Ridha, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Electronic Walet dan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim.," *Universitas Jember*, 2021.hlm. 34

Namun, manfaat yang dirasakan dalam konteks layanan e-wallet dapat dijelaskan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan e-wallet akan meningkatkan produktivitas dan kinerjanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Manfaat yang dirasakan juga menyangkap bagaimana *e-wallet* dapat membantu pengguna untuk mencapai tujuan tertentu. Kemudahan penggunaan adalah kepercayaan pengguna bahwa teknologi informasi lebih fleksibel, mudah dimengerti, dan mudah untuk dioperasikan selain itu mereka juga percaya hal ini akan mempersingkat waktu dan tidak membutuhkan energi yang besar dalam mempelajarinya. Kemudahan penggunaan lebih terkait dengan penilaian karakteristik intrinsik menggunakan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan memengaruhi sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi.<sup>114</sup>

## 2. Pengaruh gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa(Y)

Berdasarkan Pengujian *T test*, nilai koefisien sebesar 0,842 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,402 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial, terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ditolak (Hipotesis 2 tidak dibuktikan). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidysneni (2021) yang menguji pengaruh *electronic money*, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumsi Islam. Hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa

---

<sup>114</sup> Nasution dan Azmin, "Memahami Penelitian Kualitatif dalam Akuntansi," *Jurnal Akuntabilitas*, 2018. hlm. 11

gaya hidup berarti probabilitas tidak sesuai dengan pola perilaku konsumsi Islam.<sup>115</sup>

Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari Hasibuan yang memaparkan bahwasanya masyarakat yang memiliki lingkungan dengan perilaku konsumtif dan gaya hidup yang tinggi mampu mendorong individu atau pun kelompok masyarakat melakukan hal yang serupa sesuai dengan lingkungannya. Artinya semakin tinggi gaya hidup maka probabilitas berperilaku konsumsi cenderung rendah.

### 3. Penaruh promosi (X3) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa(Y)

Berdasarkan Pengujian *T test*, nilai koefisien sebesar 3,227 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa diterima (Hipotesis 3 dapat dibuktikan). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putri Maya Sari (2013) yang menguji tentang pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Matahari Plaza.<sup>116</sup>

Hal ini juga sesuai dengan pendapat dari Laksana yaitu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat bertujuan

---

<sup>115</sup> Maulidysneni, "Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumsi Islam," *Universitas Negeri Surabaya, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 2021, 209–215 (2021). Hlm. 12

<sup>116</sup> Putri Maya Sari, "Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Plaza Medan Fair di Kalangan Mahasiswa," *Universitas Negeri Medan*, 2013. hlm. 54

untuk merubah sikap dan mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Artinya jika setiap ketambahan variabel promosi satu satuan akan menikkan perilaku konsumsi mahasiswa.

4. Pengaruh *electronic wallet* (X1), gaya hidup (X2) dan promosi (X3) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil Pengujian *F* pada penelitian ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien sebesar 18,479 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. koefisien korelasi (*R*) sebesar 0,647 ini berarti ada hubungan antara variabel dependen (perilaku konsumsi) dengan variabel independen (*electronic wallet*, gaya hidup dan promosi) sebesar 0,647. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,396 ini berarti kontribusi variabel independen (*electronic wallet*, gaya hidup dan promosi) mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumsi) sebesar 39,6% sedangkan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi variabel lain diluar model.

Menurut Kotler, beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Salah satu faktor tersebut dapat memberikan pengaruh lebih besar dari faktor yang lain.<sup>117</sup> Menurut Keynes, tingkat konsumsi seseorang atau rumah tangga ditentukan oleh pendapatannya. Keynes membagi ke dalam

---

<sup>117</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3* (Jakarta: Penerbit Indeks, 5M), hlm. 202.

2 bagian terpenting, yaitu faktor objektif dan faktor subjektif. Faktor objektif meliputi ; harga, kebijakan fiskal dan suku bunga. Sedangkan faktor subjektif meliputi; sikap hati-hati dan kekayaan (warisan) yang dimiliki.<sup>118</sup>

---

<sup>118</sup> T Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro* (Yogyakarta: Kanisius, 1992). Hlm.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup Angkatan-2018, maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

1. *Electronic wallet* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel 2,683 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$ . Artinya semakin tinggi penggunaan *electronic wallet* terhadap mahasiswa maka, akan meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa dikarenakan kemudahan dan kemanfaatan yang terdapat pada fitur *electronic wallet*.
2. Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel gaya hidup sebesar 0,842 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,402 > 0,05$ . Artinya semakin tinggi gaya hidup maka berperilaku konsumsi cenderung rendah.
3. Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel promosi sebesar 3,227 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Sehingga semakin tinggi tingkat promosi maka semakin tinggi perilaku konsumsi mahasiswa.



4. Berdasarkan hasil *uji F* pada penelitian ini *electronic wallet*, gaya hidup dan promosi signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Curup angkatan-2018. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien sebesar 18,479 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya variabel tersebut di atas mempengaruhi perilaku konsumsi sebesar 39,6%, sedangkan 71,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

## **B. Saran**

1. Diharapkan agar meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan *electronic wallet* yang sesuai dengan perilaku konsumsi serta bijak dalam menggunakan teknologi.
2. Senantiasa menyebar luaskan pengetahuan tentang bagaimana perilaku bergaya hidup dalam berkonsumsi yang baik kepada masyarakat luas. Bisa membatasi hal-hal yang membuat aktivitas, minat dan opini individu sesuai dengan perilaku konsumsi yang tidak berlebih-lebihan serta tidak mengikuti *trend* demi memenuhi kepuasan hasrat semata.
3. Memperhatikan promosi-promosi yang ditawarkan perusahaan jasa ataupun barang yang di konsumsi terkait halal, haram, baik dan buruknya. Agar dapat membatasi diri dan tidak hanya memenuhi keinginan saja.
4. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan memperluas lingkup objek penelitian atau menggunakan objek lain yang lebih representatif dan penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Agus, Iranto. *Statistic Konsep Dasar, aplikasi dan pengembangannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Badan Komunikasi dan Informatika. *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019.
- Bank Indonesia. *Upaya Meningkatkan Alat Pembayaran Non Tunai Pengembangan E-Wallet dan E-Money*. Jakarta: Paper Bank Indonesia, 2016.
- Basri, Cik Hasan. *Penuntun Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi Bidang Ilmu Agama Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Dahlan, Tamrin. *Filsafat Hukum Islam*. Malang: UIN Maliki Pers, 2007.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- G Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen*,. Ed ke-7. Kelompok Gramedia, 2004.
- Gary P, Schneider. *Electronic Commerce 9th ed*. Buston: Course Technology, 2011.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. 5 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Gilarso, T. *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro*. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3*. Jakarta: Penerbit Indeks, 5M.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Manap, H.Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Maski, Ghozali. “Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang” 4 (2010).

- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Sabran, Bob. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Silvya, Mandey. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: cv. ALFABETA, 2008.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Turmudi, dan Sri Harini. *Metode Statistika Pendekatan Teori dan Aplikasi*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Wijaya, Toni. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

## **JURNAL**

- Ajiwibawani, Mariena Putri, dan Muhammad Edwar. “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembeli.” *Jurusan Pendidikan Ekonomi Program Studi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 2015.
- Anam, Choiril. “E-Money (Uang Elektronik) dalam Perspektif Hukum Syariah.” *Jurnal Qawanin* Vol. 2, No. 1 (2018): 103 (t.t.).
- Andres, Aldo Gunawan. “Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol. 16, no. 1 (2016): 1–7.  
<http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>.

- Aydin, Gokhan, dan Sebnem Burnaz. "Adoption Of Mobile Payment System: A Study On Mobile Wallets" *Journal of Business Economics and Finance – JBEF*, 5, No. 1 (2016): 76. (t.t.).
- Faizah, Ismaul. "Analisis Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Al- Ghazali (Studi Kasus pada BTM Surya Amanah Jombang)." *Journal of Islamic Economics Studies* Vol 1, no. 2 (2020): h. 71.
- Huda, Nurul, dan Hulmansyah. "Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 2, no. 2 (2018): h. 250.
- Indriyani, Novi. "Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* Vol. 2, no. 1 (2016): h. 103.
- Iskandar. (*Kuantitatif Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial dan Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press, 2010.
- Isnaini, Desi. "Relevansi Religiusitas dengan Perilaku Konsumsi." *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol. 6, no. 1 (2020): . 115.
- Karim, Ach Busrul. *Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Café and Resto di Kota Malang)*. Malang: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang., 2018.
- Komala, Cucu. "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali." *Jurnal Perspektif* Vol. 2, no. 2 (2018): h. 257.
- Kuganathan, dan Wikramanayake. "Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metodee TM dan UTAUT2." *Indonesia Journl on Software Engineering* Vol. 6, No. 1, 261 (2020).
- M. Moeliono, Anton. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet ke-3. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Mahrani, Dewi, dan Taufiq Hidayat. "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 6, no. 3 (2020): h. 410.
- Maulidysneni. "Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumsi Islam." *Universitas Negeri Surabaya, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 2021, 209–215 (2021).
- Megadewardanu, Suyoto S, dan Prawono. *Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective*. Yogyakarta: International Conference on Science and Technology Computer (ICSTI), 2016.

Mushaf Al- Azhar. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Penerbit Jabal, 2010.

Nasution, dan Azmin. "Memahami Penelitian Kualitatif dalam Akuntansi." *Jurnal Akuntabilitas*, 2018.

Official Website IAIN Curup-Center of Excellence and Islamic Learning Center. "Sejarah IAIN Curup." *Sejarah IAIN Curup* (blog), 8 Januari 2022. <https://iaincurup.ac.id/Sejarah/>.

Ridha, Renita. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Electronic Walet dan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim." *Universitas Jember*, 2021.

Sari, Putri Maya. "Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Plaza Medan Fair di Kalangan Mahasiswa." *Universitas Negeri Medan*, 2013.

Septia Ningrum, Widia. "Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis." *Perbanas Institute Jambura*: Vol 5. No 1. 2022 (t.t.). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

Septiana, Aldila. "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam" Vol 2, no. 1 (2015): h. 5.

### **PERATURAN**

Indonesia, Bank. "Sistem Pembayaran dan Penedaran Uang." *www.bi.go.id* (blog), 2008.

"Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, (2016).," t.t.

### **WAWANCARA**

Handayani, Mezi. NIM: 18521019, Prodi KPI, Wawancara Pribadi, tanggal 04 Desember 2021, pukul 09.20 wib, t.t.

Puspita, Yunike. NIM:18571015, Prodi Tadris Matematika, Wawancara Pribadi, tanggal 03 Desember 2021, pukul 13.21 wib, t.t.

Rinjik, Vira Ria. NIM: 18601028, Prodi Bahasa Arab, Wawancara Pribadi, tanggal 04 Desember 2021, pukul 09.12 wib, t.t.

## **WEB**

- “”Apa Itu Dompnet Digital?,” Warta Ekonomi.co.id, Januari, 24, 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompnet-digital.htm>,” t.t.
- Dian Devita, Vivin. “Aplikasi e-wallet dengan pengguna terbanyak di Indonesia,” 2019. <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>.
- “Dikutip dari artikel berjudul Apa Itu Dompnet Digital? yang dimuat pada.” [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id), 24 Januari 2019.
- “Dikutip dari artikel berjudul: Dompnet Elektronik yang dimuat pada [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) yang diakses pada 03 Januari 2022 Pukul 13:00,” t.t.
- “Dikutip dari artikel berjudul : Keuntungan Memakai Dompnet Digital sebagai Alat Pembayaran Utama yang dimuat pada [www.cermati.com](http://www.cermati.com) yang diakses pada 03 Januari 2022 Pukul 14:30,” t.t.
- Fitriadi, Ferry. “Mengenal Lebih Dekat E-Wallet Dompnet Digital.” *Kreditpedia.net*, 14 Juni 2019. <https://www.kreditpedia.net/e-wallet-atau-dompnet-digital/>.
- Pramono, B.D. “Working Paper : Dampak Pembayrn Non-Tuni Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter.” [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), September 2006.
- Today, Line. “Kenali Kelebihan dan Kekurangan Dompnet Digital/e- wallet.” [today.line.me](https://today.line.me), 13 Juli 2019. <https://today.line.me/id/v2/article/>.

L

A

M

P

I

R

A

N

## KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH *ELECTRONIC WALLET*, GAYA HIDUP, DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM PADA MAHASISWA IAIN CURUP ANGKATAN-2018

Variabel X1 : <i>Electronic Wallet</i>	
Indikator	Item Pernyataan
<b>1. Personal Innovativeness</b> <b>2. Perceived Ease of Use (EAS)</b> <b>3. Perceived Compatibility</b> <b>4. Perceived Usefulness</b> <b>5. Perceived Security</b> <b>6. Rewards</b> <b>7. Social Influence</b>	a. Dengan adanya E-Wallet membuat transaksi menjadi lebih mudah, praktis dan efisien b. Melalui aplikasi E-Wallet yang anda gunakan dapat memberikan promo dan diskon c. Dalam menggunakan E-Wallet anda merasakan transaksi menjadi lebih aman dan rendah resiko pencurian d. Anda merasa terbantu untuk mengendalikan keuangan dengan adanya Riwayat transaksi pada aplikasi E-Wallet yang anda gunakan e. Dengan adanya kemudahan <i>Top Up</i> saldo E-Wallet dimanapun memberi kemudahan bagi anda f. Beberapa toko <i>offline</i> dan <i>online</i> dan tempat transaksi belum menyediakan fitur pembayaran melalui aplikasi E-Wallet g. E-Wallet tidak bisa diuangkan, hanya bisa menggunakan uang dalam bentuk transfer ke sesama pemilik aplikasi h. Meningkatkan konsumsi atau pembelian barang

Variabel X2 : <i>Gaya Hidup</i>	
Indikator	Item Pernyataan
<b>1. Activities(Kegiatan)</b>	a. Saya mengunjungi tempat wisata yang sedang <i>hits</i> . b. Saya mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang sedang <i>trend</i> di kalangan mahasiswa c. Mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu menjadi salah satu hobi saya dalam memanfaatkan waktu



	<p>senggang.</p> <p>d. Saya mengkonsumsi sesuatu karena kegiatan sosial yang saya jalani bersama teman-teman.</p> <p>e. Ketika penat dan suntuk, saya mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu untuk mencari hiburan/kesenangan.</p>
<b>2. Interest(Minat)</b>	<p>a. Saya akan berusaha mengajak keluarga saya untuk mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan.</p> <p>b. Saya mempunyai hobi yang tidak bertentangan dengan norma dan agama.</p>
<b>3. Opinion(Opini)</b>	<p>a. Bagi saya sebagai mahasiswa sangat mempengaruhi cara berpikir dan pola hidup saya.</p> <p>b. Sebagai seorang mahasiswa, saya senang menanggapi isu sosial, isu politik ataupun bisnis.</p>

<b>Variabel X3 :</b>		<b>Promosi</b>
<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	
<b>1 Pesan Promosi</b> <b>2 Media Promosi</b> <b>3 Waktu Promos</b>	<p>a. Dengan adanya promosi bisa menumbuhkan perhatian konsumen pada suatu barang atau jasa</p> <p>b. Lebih mudah mencari informasi terhadap suatu barang atau jasa.</p> <p>c. Meningkatkan keinginan pembeli terhadap jasa atau barang yang ditawarkan.</p> <p>d. Dengan adanya promosi besar-besaran dari suatu perusahaan baik jasa atau barang, konsumen cenderung membeli walaupun sedang tidak dibutuhkan.</p> <p>e. Promosi meningkatkan daya jual beli masyarakat.</p>	

<b>Variabel Y :</b>		<b>Perilaku Konsumsi Islam</b>
<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	
<b>1. Prinsip- prinsip Perilaku Konsumsi Islam</b>	<p>a. Konsumsi tidak boleh mengarah pada kedzaliman, harus dalam aturan atau hukum agama dan menjunjung tinggi kebaikan.</p> <p>b. Mengkonsumsi pada sesuatu yang terbebas dari kotoran atau penyakit yang dapat mengganggu fisik</p>	

	<p>dan mental manusia.</p> <p>c. Islam menyerukan konsumsi dalam jumlah yang wajar untuk memenuhi kebutuhan manusia agar tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif.</p> <p>d. Tidak ada bahaya atau dosa dalam memakan makanan halal karena Karunia Allah SWT.</p> <p>e. Konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.</p>
<b>2. Karakteristik Perilaku Konsumsi Islam</b>	<p>a. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi dengan masalah, kebutuhan, dan kewajiban.</p> <p>b. Ketika keimanan ada pada tingkat kurang baik, maka motifnya didominasi dengan keegoisan, keinginan yang bersifat <i>individualistis</i>, dan lain-lain.</p> <p>c. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi akan didominasi oleh nilai- nilai <i>individualistis</i>, <i>rasionalisme</i>, ego, dan keinginan.</p>

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas saudara dengan keadaan yang sebenarnya

1. Nama responden :
2. NIM :
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Usia :  15 s/d 20 tahun  21 s/d 25 tahun  
 26 s/d 30 tahun  31 s/d 35 tahun

- 35 s/d 40 tahun       40 tahun ke atas
5. Kota Asal :  Rejang Lebong       Musirawas  
 Kepahiang       Daerah lainnya
6. Pendidikan Mahasiswa:  S1       S2
- yang sedang di tempuh
7. Semester :  8
8. Prodi/Jurusan :  PAI       Tadris Bahasa Inggris  
 PBA       BKI  
 MPI       PGMI  
 Tadris Matematika       TBIndo  
 PIAUD       BPI  
 KPI       IAT  
 IPII       Ahwal Al-Syakhsyiyah  
 Perbankan Syariah       Ekonomi Syariah  
 Hukum Tata Negara

**B. Petunjuk Pengisian**

Pilihlah pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan

5. Sangat Setuju (SS)
4. Setuju (S)
3. Netral (N)
2. Tidak Setuju (TS)
1. Sangat Tidak Setuju (STS)

**Variabel X1 : *Electronic Wallet / Dompot Digital***

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Dengan adanya E-Wallet membuat transaksi menjadi lebih mudah, praktis dan efisien					
2.	Melalui aplikasi E-Wallet yang anda gunakan dapat memberikan promo dan diskon					
3.	Dalam menggunakan E-Wallet anda merasakan transaksi menjadi lebih aman dan rendah resiko pencurian					
4.	Anda merasa terbantu untuk mengendalikan keuangan dengan adanya Riwayat transaksi pada aplikasi E-Wallet yang anda gunakan					
5.	Dengan adanya kemudahan <i>Top Up</i> saldo E-Wallet dimanapun memberi kemudahan bagi anda					
6.	Beberapa toko <i>offline</i> dan <i>online</i> dan tempat transaksi belum menyediakan fitur pembayaran melalui aplikasi E-Wallet					
7.	E-Wallet tidak bisa diuangkan, hanya bisa menggunakan uang dalam bentuk transfer ke sesama pemilik aplikasi					
8.	Meningkatkan konsumsi atau pembelian barang					

**Variabel X2 : Gaya Hidup**

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengunjungi tempat wisata yang sedang <i>hits</i> .					
2.	Saya mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang sedang <i>trend</i> di kalangan mahasiswa					

3.	Mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu menjadi salah satu hobi saya dalam memanfaatkan waktu senggang.				
4.	Saya mengkonsumsi sesuatu karena kegiatan sosial yang saya jalani bersama teman-teman.				
5.	Ketika penat dan suntuk, saya mengunjungi atau mengkonsumsi sesuatu untuk mencari hiburan/ kesenangan.				
6.	Saya akan berusaha mengajak keluarga saya untuk mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan.				
7.	Saya mempunyai hobi yang tidak bertentangan dengan norma dan agama.				
8.	Bagi saya sebagai mahasiswa sangat mempengaruhi cara berpikir dan pola hidup saya.				
9.	Sebagai seorang mahasiswa, saya senang menanggapi isu sosial, isu politik ataupun bisnis.				

**Tabel Data Pengguna Electronic Wallet**

No.	NIM	Nama	Program Studi
1.	18641003	AJENG WAHYU NINGRUM	BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
2.	18641013	IRDHA AMANDA	BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
3.	18641018	MAHMUDATUN NISA	BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
4.	18641041	WIWIK MULYA SARI	BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
5.	18531016	ARIS HANDAYANI	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
6.	18531040	DONI SANJAYA	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
7.	18531045	EGI FIRANDO CONTANA	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
8.	18531060	GYOZHA DINDA AINNAYAH	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
9.	18531063	HANIFAH NUUR HASANAH	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
10.	18531085	KARTIKA AYU PERTIWI	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
11.	18531086	KIKI LESTARI	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
12.	18531123	MUSTIKA RAMADHANI	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
13.	18531140	MURKHOLIS MAJID	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
14.	18531159	REKI TRI ANDRIANI	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
15.	18531172	RIDWAN EFENDI DALIMUNTHE	PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler
16.	18561006	LINDA AYU SYAFITRI	MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
17.	18561026	DINATUS SAHRA	MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler
18.	18591045	HELEN AGUSTIN	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
19.	18591060	LASTRI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
20.	18591063	LIA WAHYU LESTARI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
21.	18591108	RANDI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
22.	18591129	SINDI LORENSAH	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
23.	18591138	SULASTRI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
24.	18591145	TIARA DAMAIYANTI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler

25.	18591163	YUKE DWI FITRIANTI	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
26.	18591166	YUNI KARTIKA	PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler
27.	18551009	ARDIAN MAJID	TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler
28.	18551027	IHSAN KAMIL	TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler
29.	18551054	RONI SAPUTRA	TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler
30.	18551058	TETI FEBRYANENGSIH	TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler
31.	18601009	HASAN AHMADI	PENDIDIKAN BAHASA ARAB - S1 Reguler
32.	18601028	VIRA RIA RINJIANI	PENDIDIKAN BAHASA ARAB - S1 Reguler
33.	18521011	FATKUL MUBAROQ	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler
34.	18521019	MEZI HANDAYANI	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler
35.	18521022	NAUFAL ZAKI FATIN	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler
36.	18521041	NURUL AZIMAH	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler
37.	18651008	FAJRUL HAFIZH ABIMIJOYO	ILMU AL-QURAN DAN TAFSIR - S1 Reguler
38.	18651018	WULAN SEPTIANINGSIH	ILMU AL-QURAN DAN TAFSIR - S1 Reguler
39.	18651019	YUNI ARISAH	ILMU AL-QURAN DAN TAFSIR - S1 Reguler
40.	18631009	ALWI DICKY HIDAYAH HS	PERBANKAN SYARIAH - S1 Reguler
41.	18631024	CANTIKA FEBRIANTI	PERBANKAN SYARIAH - S1 Reguler
42.	18631100	NIKE MAULIDA	PERBANKAN SYARIAH - S1 Reguler
43.	18631143	SISKA DWI PUTRI	PERBANKAN SYARIAH - S1 Reguler
44.	18631162	WENDI FARMADI	PERBANKAN SYARIAH - S1 Reguler
45.	18621004	BELLA ALVIONITA	HUKUM KELUARGA ISLAM (AHWAL AL SYAKHSIYAH) - S1 Reguler
46.	18621027	PUTRI STEFANI	HUKUM KELUARGA ISLAM (AHWAL AL SYAKHSIYAH) - S1 Reguler
47.	18661006	EDO ALBIANSAH	BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM - S1 Reguler
48.	18661007	INTAN LIA LESTARI	BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM - S1 Reguler
49.	18661010	TIARA ZELVIA	BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM - S1 Reguler
50.	18511003	AYU RETNO KINANSIH	PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler
51.	18511020	PUTRI HAIRANI	PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler
52.	18511021	RENI PUSPITA SARI	PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler
53.	18511025	UMMUL MUKMININ	PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler
54.	18541008	CLARA APRILIA	TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler
55.	18541019	MEGI ZAKARIA	TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler
56.	18541020	MEIKA SELVIANA	TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler
57.	18541027	M. BIMA CHATAMSIH	TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler
58.	18541032	RATIH PRASETIA UTAMI	TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler
59.	18571009	RANU CHANDRA	TADRIS MATEMATIKA - S1 Reguler
60.	18571015	YUNIKE PUSPITA ALFATTEH	TADRIS MATEMATIKA - S1 Reguler
61.	18671010	IMAMUDIN	HUKUM TATA NEGARA (SIYASAH SYAR'ITYYAH) - S1 Reguler
62.	18681008	ARIF KORNIADI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
63.	18681009	AYU TIKI PUSPITA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
64.	18681011	DANDI DWI SAMANTHA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
65.	18681012	DEISY RISMA SARI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
66.	18681014	DINA SAFITRI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
67.	18681019	ESMI MELINDA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
68.	18681023	FEZI DWI INDRIANTI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
69.	18681027	GITE RIANTI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
70.	18681032	MARATUS SA` IDAH	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
71.	18681033	MIFTAHUDIN	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
72.	18681038	NESHA RIZKY ASHARI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
73.	18681042	RAHMA NOVITA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
74.	18681044	RIKA FITRIANI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
75.	18681048	RUSDA YANTI	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
76.	18681049	SABRINA RAHMAWATI HASIBUAN	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
77.	18681053	WAHYU CANDRA. A	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
78.	18681054	YUMI MARLOVA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
79.	18681055	ZAHIRA NABILA	EKONOMI SYARIAH - S1 Reguler
80.	18691001	ADITYA ADE VIO	ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM - S1 Reguler
81.	18691004	DEWI PUTRIANI	ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM - S1 Reguler

**Tabel 1.3 Jumlah Mahasiswa IAIN Curup yang menggunakan *Electronic Wallet***

Program Studi	Jumlah
BIMBINGAN DAN KONSELING PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler	4
PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - S1 Reguler	11
MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM - S1 Reguler	2
PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH - S1 Reguler	9

TADRIS BAHASA INGGRIS - S1 Reguler	4
PENDIDIKAN BAHASA ARAB - S1 Reguler	2
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM - S1 Reguler	4
ILMU AL-QURAN DAN TAFSIR - S1 Reguler	3
PERBANKAN SYARI'AH - S1 Reguler	5
HUKUM KELUARGA ISLAM (AHWAL AL SYAKHSYIYAH) - S1 Reguler	2
BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM - S1 Reguler	3
PENDIDIKAN ISLAM ANAK USIA DINI - S1 Reguler	4
TADRIS BAHASA INDONESIA - S1 Reguler	5
TADRIS MATEMATIKA - S1 Reguler	2
HUKUM TATA NEGARA (SIYASAH SYARI'YAH) - S1 Reguler	1
EKONOMI SYARI'AH - S1 Reguler	18
ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM - S1 Reguler	2
<b>JUMLAH</b>	<b>81</b>

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

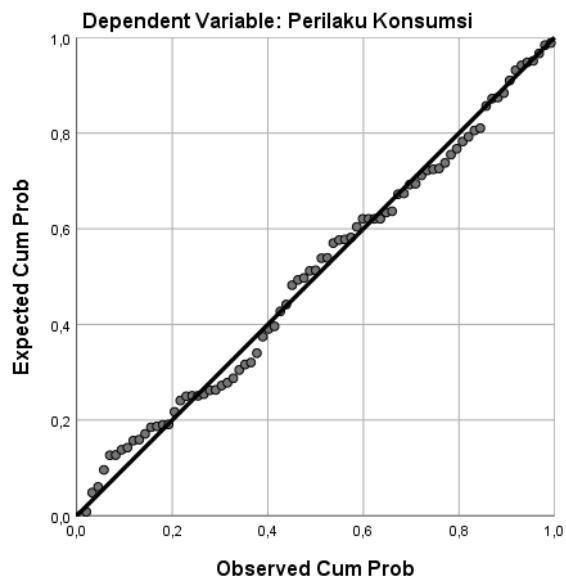
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,16071481
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.053
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data primer yang diolah, pada 5 Mei 2022

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

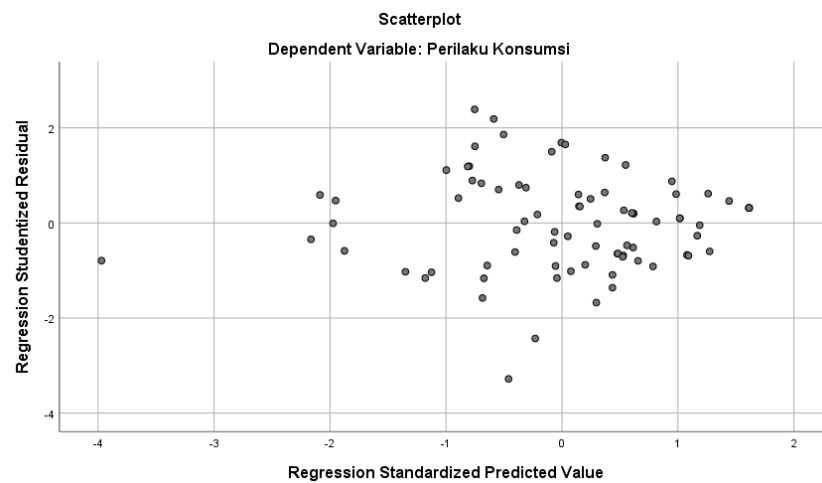


Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,001	,006		,167	,868
<i>Electronic Wallet</i>	-3,848E-6	,000	-1.32	-,948	,346
Gaya Hidup	,123	,069	.039	1,785	,078
Promosi	,215	,149	,275	1,450	,151

Sumber : data primer yang diolah, pada tanggal 5 Mei 2022





## Tabel Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	8

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	26,86	31,719	,626	,848
X1.2	26,94	31,584	,571	,854
X1.3	26,80	30,410	,764	,833
X1.4	26,84	29,936	,775	,831
X1.5	26,94	30,009	,720	,837
X1.6	27,10	32,090	,548	,857
X1.7	27,16	31,861	,496	,864
X1.8	26,72	33,856	,459	,865

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	32,85	58,478	,661	,899
X2.2	32,84	59,036	,716	,894
X2.3	32,65	59,129	,759	,891
X2.4	32,46	59,226	,748	,892
X2.5	32,30	60,161	,710	,894
X2.6	31,93	63,519	,665	,898
X2.7	31,93	63,019	,625	,900
X2.8	31,79	62,143	,665	,897
X2.9	31,77	63,532	,603	,901
X2.10	31,94	64,709	,517	,906

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	15,65	12,754	,725	,876
X3.2	15,59	12,119	,822	,854
X3.3	15,60	12,667	,802	,860
X3.4	15,75	12,688	,651	,894
X3.5	15,62	12,414	,725	,876

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	8

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	28,80	22,560	,650	,860
Y.2	29,01	23,012	,550	,873
Y.3	28,77	23,032	,689	,856
Y.4	28,85	23,478	,620	,863
Y.5	28,84	23,436	,674	,858
Y.6	28,85	22,778	,724	,853
Y.7	28,88	23,385	,654	,860
Y.8	29,00	23,900	,569	,869