

**PENGARUH GENDER, PENDAPATAN DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP PREFERENSI METODE PEMBAYARAN  
DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

*Di Ajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**SELVI HARISMA RANGKUTI**

**NIM. 20 402 00009**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2025**



**PENGARUH GENDER, PENDAPATAN DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP PREFERENSI METODE PEMBAYARAN  
DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

*Di Ajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**SELVI HARISMA RANGKUTI  
NIM. 20 402 00009**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**

**PENGARUH GENDER, PENDAPATAN DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP PREFERENSI METODE PEMBAYARAN  
DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE***



**SKRIPSI**

*Di Ajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**SELVI HARISMA RANGKUTI  
NIM. 2040200009**

**Pembimbing I**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Windari'.

**Windari, S.E, M.A  
NIP. 198305102015032003**

**Pembimbing II**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Muhammad Arif'.

**Muhammad Arif, M.A  
NIP. 199501142022031003**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**

Hal : Skripsi  
a.n. Selvi Harisma Rangkuti

Padangsidempuan, 4 Juni 2025  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SYAHADA Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Selvi Harisma Rangkuti** yang berjudul **"Pengaruh Gender, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PEMBIMBING I



**Windari, S.E., M.A**  
**NIP. 198305102015032003**

PEMBIMBING II



**Muhammad Arif, M.A**  
**NIP. 199501142022031003**

### **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,  
bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selvi Harisma Rangkuti  
Nim : 20 402 00009  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Gender, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap  
Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi  
E-Commerce**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 17 Juni 2025

Saya yang Menyatakan



**Selvi Harisma Rangkuti**  
**NIM. 20 402 00009**



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvi Harisma Rangkuti  
Nim : 20 402 00009  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Gender, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 17 Juni 2025

Saya yang Menyatakan,



Selvi Harisma Rangkuti  
NIM. 20 402 00009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022


**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Selvi Harisma Rangkuti  
NIM : 20 402 00009  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*

**Ketua**


  
Dr. Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601


**Sekretaris**


  
Muhammad Arif, M.A  
NIDN. 2014019502

**Anggota**

  
Dr. Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601

  
Muhammad Arif, M.A  
NIDN. 2014019502

  
Nando Farizal, M.E  
NIDN. 2019109402

  
Ananda Anugrah Nasution, M.Si  
NIDN. 0117109102

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Selasa/17 Juni 2025  
Pukul : 10.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/ 78, 25 (B)  
Indeks Predikat Kumulatif : 3.52  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan H.T. Rizal Nurdin Km, 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634)24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : **Pengaruh Gender, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce**

**NAMA** : **Selvi Harisma Rangkuti**  
**NIM** : **20 402 00009**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi  
Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 09 Juli 2025  
Dekan,



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**



## ABSTRAK

**Nama : Selvi Harisma Rangkuti**

**NIM : 2040200009**

**Judul : Pengaruh Gender, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-commerce***

Metode pembayaran menjadi elemen penting yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan keputusan pembelian konsumen. Preferensi metode pembayaran tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh karakteristik individu seperti gender, pendapatan, dan religiusitas. Namun, sejauh ini masih terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami bagaimana ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gender, pendapatan dan religiusitas berpengaruh terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS (*Structural Equation Model-Partial Least Square*). Populasi dalam penelitian ini merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN) di Kota Padangsidimpuan, dengan jumlah sampel sebanyak 54 responden yang dipilih melalui teknik *Cluster Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Teknik analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis jalur, analisis model pengukuran, analisis model struktural dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini yaitu gender berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien sebesar 0.517, *t-statistic* sebesar 2.045 dan *p-value* 0.041 ( $< 0.05$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan nyata dalam perilaku konsumen berdasarkan gender dalam memilih metode pembayaran saat bertransaksi di *e-commerce*. Variabel Pendapatan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0,217, *t-statistic* 1.374, dan *p-value* 0.170 ( $> 0.05$ ). Artinya, tingkat pendapatan individu tidak memberikan dampak yang cukup kuat terhadap kecenderungan mereka dalam memilih metode pembayaran. Religiusitas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0.289, nilai *t-statistic* 2.202, dan *p-value* 0.028 ( $< 0.05$ ). Nilai koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin rendah kecenderungannya memilih metode pembayaran tertentu, khususnya yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah atau etika keagamaan.

**Kata kunci: Gender, Pendapatan, Religiusitas, Metode Pembayaran**

## **ABSTRACT**

**Name:** Selvi Harisma Rangkuti

**NIM:** 2040200009

**Title:** *The Influence of Gender, Income and Religiosity on Preferences  
Payment Methods in E-commerce Transactions*

*Payment methods are an important element that can influence consumer convenience and purchasing decisions. Payment method preferences are not only determined by the availability of technology, but also by individual characteristics such as gender, income, and religiosity. However, so far there is still a research gap in understanding how these three factors can influence payment method preferences in e-commerce transactions. This study aims to determine gender, income and religiosity influence payment method preferences in e-commerce transactions. This research method uses a quantitative approach with the SEM-PLS (Structural Equation Model-Partial Least Square) method. The population in this study was the State Civil Apparatus (ASN) in Padangsidempuan City, with a sample size of 54 respondents selected through the Cluster Sampling technique. The data collection techniques used were questionnaires and documentation. The analysis technique of this study used descriptive analysis, path analysis, measurement model analysis, structural model analysis and hypothesis testing. The results of this study are that gender has a significant effect on payment method preferences, with a coefficient value of 0.517, a t-statistic of 2.045 and a p-value of 0.041 ( $< 0.05$ ). This indicates that there are real differences in consumer behavior based on gender in choosing payment methods when transacting in e-commerce. The Income variable shows an insignificant effect on payment method preferences, with a coefficient value of -0.217, t-statistic 1.374, and p-value 0.170 ( $> 0.05$ ). This means that an individual's income level does not have a strong enough impact on their tendency to choose a payment method. Religiosity is proven to have a significant effect on payment method preferences, with a coefficient value of -0.289, t-statistic value of 2.202, and p-value 0.028 ( $< 0.05$ ). A negative coefficient value indicates that the higher a person's level of religiosity, the lower their tendency to choose a particular payment method, especially those considered inconsistent with sharia principles or religious ethics.*

**Keywords:** *Gender, Income, Religiosity, Payment Method*

## ملخص البحث

الاسم : سيلفي هاريسما رانجكوتي

رقم التسجيل : ٢٠٤٠٢٠٠٠٠٩

عنوان البحث : تأثير الجنس والدخل والتدين على تفضيلات طريقة الدفع في معاملات التجارة الإلكترونية

تُعدّ طريقة الدفع من العناصر المهمة التي يمكن أن تؤثر على راحة المستهلك وقراره الشرائي. لا تتحدد تفضيلات طرق الدفع فقط بتوافر التكنولوجيا، بل تتأثر أيضاً بالخصائص الفردية مثل النوع الاجتماعي، والدخل، والتدين. ومع ذلك، لا يزال هناك فجوة بحثية في فهم كيفية تأثير هذه العوامل الثلاثة على تفضيل طريقة الدفع في معاملات التجارة الإلكترونية. يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى تأثير النوع الاجتماعي، والدخل، والتدين على تفضيل طريقة الدفع في معاملات التجارة الإلكترونية. يستخدم هذا البحث المنهج الكمي من خلال نمذجة المعادلة الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية. تتكون عينة البحث من موظفي الخدمة المدنية في مدينة بادانغ سيديمبوان، بعدد ٥٤ مشاركاً تم اختيارهم باستخدام تقنية العينة العنقودية. تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان والتوثيق، وتم تحليلها من خلال التحليل الوصفي، وتحليل المسار، وتحليل نموذج القياس، والنموذج الهيكلي، واختبار الفرضيات. تشير نتائج البحث تساوي  $p$  تبلغ ٢,٠٤٥، وقيمة  $t$  إلى أن النوع الاجتماعي له تأثير معنوي على تفضيل طريقة الدفع، بقيمة معامل ٠,٥١٧، وقيمة  $t$  تبلغ ٠,٠٤١ ( $< ٠,٠٥$ ). وهذا يشير إلى وجود اختلاف حقيقي في سلوك المستهلكين بناءً على النوع الاجتماعي في اختيار طريقة الدفع، عند إجراء المعاملات عبر الإنترنت. أما متغير الدخل فقد أظهر تأثيراً غير معنوي على تفضيل طريقة الدفع، بقيمة معامل -٠,٢١٧، تساوي ٠,١٧٠ ( $> ٠,٠٥$ )، مما يعني أن مستوى دخل الفرد لا يؤثر بشكل كبير على اختياره  $p$  تبلغ ١,٣٧٤، وقيمة  $t$  تبلغ ٢,٢٠٢ لطريقة الدفع. وأخيراً، ثبت أن التدين له تأثير معنوي سلبي على تفضيل طريقة الدفع، بقيمة معامل -٠,٢٨٩، وقيمة تساوي ٠,٠٢٨ ( $< ٠,٠٥$ ). وتشير القيمة السالبة للمعامل إلى أنه كلما زاد مستوى التدين لدى الفرد، انخفضت ميوله  $p$  وقيمة. لاختيار بعض طرق الدفع، وخاصة تلك التي لا تتوافق مع مبادئ الشريعة أو الأخلاقيات الدينية.

الكلمات المفتاحية: الجنس، الدخل، التدين، طريقة الدفع



## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, alumni dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Serta seluruh civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, S.E., M.A selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Arif, M.A, selaku Pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen FEBI di UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa kedua orang tua tercinta Ayahanda Hendra Rangkuti dan Ibunda Nisma Lubis yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini serta doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk

pendidikan peneliti.

8. Terima kasih kepada saudara/i tercinta yakni Bobby Pernanda Rangkuti, dan Sely Wijayanti Rangkuti yang telah ikut serta mendukung peneliti dalam proses perkuliahan sampai tahap terakhir serta terima kasih kepada seluruh keluarga yang telah membantu peneliti dalam segi moral dan materi.
9. Untuk teman-teman seperjuangan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan khususnya Ekonomi Syariah NIM 20 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, saran dan semangatnya kepada peneliti dalam pelaksanaan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
11. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk peneliti, terimakasih atas kerjasamanya.
12. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang keras, semoga pencapaian ini membuka pintu kesempatan baru bagi peneliti.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin ya rabbal alamin.



Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2025  
Peneliti

Selvi Harisma Rangkuti  
NIM. 20 402 00009

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	aṢa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

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

### 1. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fatḥah	A	A
— /	Kasrah	I	I
و °	ḍommah	U	U



## 2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

## 3. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِ...اِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ...اِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اِ...اِ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

## C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

##### **1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

##### **2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keuangan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan  
Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENGURUS SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel .....	9
E. Rumusan Masalah .....	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Preferensi Metode Pembayaran .....	14
2. Gender.....	21
3. Pendapatan.....	23
4. Religiusitas.....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel .....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel .....	39
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan data .....	41
1. Angket (Kuesioner).....	42



2. Dokumentasi .....	44
<b>E. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
1. Analisis Deskriptif .....	45
2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	45
3. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Models</i> ) .....	46
4. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Models</i> ) .....	48
5. Uji Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
<b>A. Gambaran Umum Penelitian.....</b>	<b>51</b>
1. Profil Kota Padangsidempuan .....	51
2. Visi dan Misi Kota Padangsidempuan .....	52
3. Demografi Kota Padangsidempuan .....	54
4. Letak Geografis Kota Padangsidempuan .....	54
<b>B. Deskripsi Data Penelitian.....</b>	<b>55</b>
<b>C. Analisis Data .....</b>	<b>56</b>
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	56
2. Analisis model pengukuran ( <i>outer models</i> ) .....	58
3. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Models</i> ).....	63
4. Pengujian Hipotesis .....	66
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>69</b>
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>78</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>78</b>
<b>B. Implikasi Hasil Penelitian .....</b>	<b>79</b>
<b>C. Saran.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel III.1 Jumlah ASN Juni 2024.....	39
Tabel III.2 Pengukuran Skala Likert.....	44
Tabel III.3 Kisi-kisi Kuesioner.....	44
Tabel IV.1 Profil Responden ASN Padangsidempuan.....	56
Tabel IV.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	57
Tabel IV.3 Hasil <i>OuterLoading</i> .....	60
Tabel IV.4 Hasil Uji <i>Discriminan Validity</i> .....	62
Tabel IV.5 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> .....	63
Tabel IV.6 Hasil <i>R-Square</i> dan <i>R-Square Adjusted</i> .....	64
Tabel IV.7 Hasil <i>F-Square</i> .....	65
Tabel IV.8 Model Fit.....	66
Tabel IV.9 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i> .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar IV.1 Hasil Desain Model dan Input Data.....	60

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia telah mengalami lonjakan signifikan dalam penggunaan *e-commerce* dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh penetrasi internet yang semakin meluas dan adopsi teknologi digital yang pesat. Menurut data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna internet meningkat setiap tahunnya. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023, yang sebagian besar juga merupakan pengguna aktif *platform e-commerce*. Pertumbuhan ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui kanal digital.<sup>1</sup>

Berbagai penawaran yang diberikan oleh *e-commerce* ini membuat masyarakat di Indonesia tertarik dengan penawaran produk dan jasa dari para pelaku bisnis *e-commerce*. Walaupun, terdapat resiko yang menjadi tantangan bagi konsumen saat berbelanja *online*, tetap saja *e-commerce* salah satu tempat yang saat ini dipilih masyarakat untuk berbelanja *online*

---

<sup>1</sup> Apji, “Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang”, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, (diakses tanggal 7 februari 2024)

manfaat yang dirasakan oleh masyarakat menjadi faktor peningkatan pengguna *online shop* (Kim, Ferin, & Rao; 2008). Dengan adanya kemudahan Internet untuk mengakses *online shop* diberbagai tempat, *e-commerce* semakin menjadi dambaan bagi seluruh masyarakat baik di kota-kota besar maupun di kota kecil.

Di Indonesia kita dapat menemui berbagai pilihan metode pembayaran, mulai dari kartu kredit, transfer bank, dompet digital, hingga metode bayar di tempat *Cash on Delivery* (COD), hingga sistem pembayaran berbasis aplikasi seperti *GoPay*, *OVO*, *PayPal*, *Dana*, *T-Cash*, *E-cash*, dan *Link Aja*. memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memilih sesuai kebutuhan.<sup>2</sup>

Pada tahun 2023, metode pembayaran *e-commerce* yang paling populer di Indonesia adalah dompet digital. Dompet digital menyumbang 40 persen dari seluruh pembayaran *e-commerce* pada tahun tersebut. Nilai pembayaran *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan tumbuh di tahun-tahun mendatang. Hingga Oktober 2022, *GoPay* (oleh Gojek) menduduki peringkat pertama di antara *platform* pembayaran digital yang paling banyak digunakan di Indonesia, diikuti oleh *OVO* dan *DANA*. Keamanan platform dan layanan pelanggannya menjadi alasan utama mengapa konsumen lebih memilih satu *platform* dibanding *platform* lainnya. Sementara *GoPay* berafiliasi dengan Gojek dan digunakan secara eksklusif

---

<sup>2</sup> Styadi Senjaya, "Studi Perbedaan Persepsi Pada Pria Dan Wanita Mengenai Transaksi Online Di Kalangan Mahasiswa", dalam *Jurnal Of Accounting And Business Studie*, Volume 6, No. 1, Maret 2021, hlm. 37



untuk transaksi dalam aplikasi, OVO bermitra dengan pesaing terbesar Gojek, Grab, dan salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia, Tokopedia, untuk membantu mengamankan posisinya sebagai layanan/aplikasi pembayaran seluler yang paling banyak digunakan di negara ini.<sup>3</sup>

Kegiatan belanja di *e-commerce* jenis kelamin (*gender*) dapat mempengaruhi kegiatan belanja. Meskipun di jaman globalisasi sekarang ini kesetaraan *gender* selalu dijunjung tinggi oleh masyarakat, bahkan pria dan wanita dianggap memiliki kemampuan yang sama dalam memutuskan berbelanja *e-commerce*. Sebuah riset yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insights Center (KIC) pada tahun 2022 terkait dengan rata-rata nilai transaksi yang dilakukan oleh konsumen pria dan wanita di Indonesia saat berbelanja *online* menunjukkan bahwa konsumen pria memiliki transaksi belanja *online* yang lebih tinggi dibandingkan konsumen wanita dengan total transaksi belanja online pria mencapai 64 persen lebih tinggi dari nilai transaksi perempuan sebesar 36 persen. Terdapat perbedaan preferensi barang yang dibeli konsumen laki-laki dan perempuan baik dalam hal jumlah maupun nilai transaksi. Konsumen laki-laki melakukan transaksi hampir dua kali lebih banyak untuk kategori otomotif dan elektronik sementara perempuan lebih banyak untuk kebutuhan makanan, kesehatan dan kecantikan, serta fashion. Berdasarkan nilai transaksi,

---

<sup>3</sup> Hanadian Hayati, “Distribusi metode pembayaran *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023”, <https://www.statista.com/statistics/895544/e-commerce-payment-methods-indonesia/>, (diakses tanggal 8 Agustus 2024)

konsumen perempuan cenderung mengeluarkan uang lebih banyak dibandingkan konsumen laki-laki untuk produk-produk dengan harga lebih tinggi seperti komputer, gadget, dan elektronik.<sup>4</sup>

Penelitian Iradianty & Aditya (2021) menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam penggunaan pembayaran digital.<sup>5</sup> Sejalan dengan Senjaya (2021) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi pada pria dan wanita mengenai metode pembayaran *online*.<sup>6</sup> Hal ini berbeda dengan Sitompul, dkk (2024) dalam penelitiannya mengemukakan ada perbedaan signif pada penggunaan *SPayLater* laki-laki dan perempuan. Perempuan lebih sering melakukan pembelian impulsif, temuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin memainkan peran penting dalam bagaimana orang menggunakan dan mengonsumsi layanan *SPayLater*.<sup>7</sup>

Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi memiliki kebiasaan mengatur keuangan, termasuk mengontrol pengeluaran bulanan dengan menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran, mereka akan menghitung betul-betul setiap pengeluaran anggara tidak melebihi alokasi

---

<sup>4</sup> Suwandi Wiratno, “Perilaku Konsumen *E-Commerce* Indonesia”, <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2022/05/kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022>, (diakses tanggal 9 Mei 2022)

<sup>5</sup> Aldilla Iradianty, Bayu Rima Aditya, “ Digital Payment: Perspektif Gender Dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital”, *dalam Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika*, Volume 18, No. 1, 2021, hlm. 43

<sup>6</sup> Styadi Senjaya, “Studi Perbedaan Persepsi Pada Pria Dan Wanita Mengenai Transaksi Online Di Kalangan Mahasiswa”, *dalam Jurnal Of Accounting And Business Studie*, Volume 6, No. 1, Maret 2021, hlm. 45

<sup>7</sup> Shintia Reahel Sitompul, Dkk, “Perbandingan Penggunaan Spaylater Di Kalangan Konsumen Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan”, *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, Volume 2, No. 1, 2024, hlm. 14

yang sudah di tentukan di awal. Dengan limit yang sudah kamu tentukan setiap bulannya, kamu seharusnya tidak melakukan pembelanjaan melebihi limit tersebut. Selain itu menggunakan kartu kredit dianggap lebih aman di bandingkan dengan membawa uang secara tunai.<sup>8</sup>

Deborah, dkk (2023) dalam penelitiannya menemukan berdasarkan pendapatan, mereka lebih memilih metode pembayaran secara non-digital dibanding dengan digital yaitu *Cash on Delivery* (COD), Minimarket (Alfamart/Indomaret) dan Tranfer Bank melalui ATM dengan total keseluruhan presentase 69%. Serta pembayaran secara digital yaitu *Virtual Account* dan *PayLater* dengan total keseluruhan presentase 31%. Sehingga pendapatan tidak berpengaruh terhadap sistem pembayaran digital terhadap *e-commerce*.<sup>9</sup> Berbeda dengan Marwiyah (2023) mengatakan secara parsial tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online shopping*, sehingga hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan mahasiswa maka semakin meningkat frekuensi belanja *online (online shopping)* pada *e-commerce* Shopee.<sup>10</sup> Hal ini selaras dengan penelian Monica (2021) bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Brawijaya Malang

---

<sup>8</sup> Idn Times, “Orang Kaya Lebih Suka Pakai Kartu Kredit? Ini Sebabnya”, <https://www.idntimes.com/business/finance/trio-hamdani/orang-kaya-lebih-suka-pakai-kartu-kredit-ini-alasannya> (Di Akses Tanggal 24 September 2024)

<sup>9</sup> Varena Deborah, dkk, “Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Tingkat pendidikan, Tingkat Pendapatan Dan Kepemilikan nomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) Terhadap penggunaan Sistem Pembayaran Digital Pada Transaksi E-Commerce”, dalam *Accounting cycle Journal*, Volume 4, No. 1, Februari 2023, hlm. 38

<sup>10</sup> Siti Laelatul Marwiyah, dkk, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 9, No. 3, 2023, hlm. 4289

di *e-commerce* shopee. Semakin tinggi pendapatan seorang mahasiswa, maka kecenderungan mahasiswa untuk meningkatkan tingkat konsumsinya akan semakin tinggi.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil Lembaga Survei Indonesia (LSI), mayoritas tingkat religiusitas atau kesalehan masyarakat Indonesia cukup tinggi. Hal itu sebagaimana tergambar dari 74,8% warga yang menilai dirinya religius dalam kehidupan sehari-hari. Secara rinci, ada 68,1% responden yang menyatakan dirinya cukup religius atau saleh. Sebanyak 6,7% responden bahkan merasa dirinya sangat religius. Sementara, ada 21,8% responden yang menyatakan tingkat religiusitas pribadinya kurang. Sebanyak 2,2% responden menyatakan tidak religius sama sekali. Sisanya sebanyak 1,1% responden tidak tahu atau tidak menjawab. Seiring dengan tingkat religiusitas yang tinggi, mayoritas masyarakat Indonesia juga kerap mempertimbangkan nilai agama ketika membuat keputusan penting dalam hidup. Ini sebagaimana disampaikan oleh 81,7% responden. Sementara, 15,6% responden menyatakan jarang melakukan hal tersebut. Hanya 1,8% responden yang tidak pernah mempertimbangkan nilai agama saat membuat keputusan penting dalam hidup.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Yolanica Monica, “Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)”, dalam *Jurnal Ilmiah*, 2021, hlm. 14

<sup>12</sup> Data Indonesia, “Survei : Mayoritas Masyarakat Indonesia Anggap Dirinya Religius” <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-anggap-dirinya-religius> (Di akses Tanggal 24 September 2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhila, dkk (2020) menyatakan bahwa variabel religiusitas secara parsial memiliki hubungan positif, kuat dan tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pengguna shopee paylater pada masyarakat muslim Kota Medan.<sup>13</sup> Berbeda dalam penelitian Muhammad Rizki, dkk (2023) menemukan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money* pada mahasiswa UIN STS Jambi.<sup>14</sup> Sesuai dengan pendapat Dary & Pudjiharjo (2022) dimana Religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan *Spaylater*. Yang berarti bahwa generasi z mempunyai komitmen terhadap ajaran agama Islam dengan mematuhi syariat Islam dengan menjauhi larangan-Nya.<sup>15</sup>

Namun demikian, berdasarkan kajian literatur yang ada, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek teknologi, seperti persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dalam menentukan preferensi metode pembayaran. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh gender, pendapatan dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran masih tergolong terbatas. Selain itu mayoritas penelitian dilakukan di kota-

---

<sup>13</sup> Fani Fadhila, dkk, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater", dalam Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), Volume 1, No. 2, Desember 2020, hlm. 28

<sup>14</sup> Muhammad Rizki, dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi", dalam *Journal of Student Research (JSR)*, Volume 1, No. 4, Juli 2023, hlm. 311

<sup>15</sup> Riszha Wulan Dary, M. Pudjiharjo, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater", *Islamic Economics And Finance In Focus*, Volume 1, No. 2, 2022, hlm. 260



kota besar dengan tingkat literasi digital dan penetrasi teknologi yang tinggi. Hal ini menimbulkan kesenjangan dalam literatur, khususnya terkait konteks geografis dan demografis. Kota Padangsidempuan merupakan daerah dengan karakter masyarakat yang mayoritas religius dan heterogen. Aparatur Sipil Negara (ASN) di kota ini menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti karena memiliki akses terhadap teknologi, tingkat pendapatan relatif stabil, serta pola konsumsi digital yang terus berkembang. Namun, sejauh ini belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana pengaruh gender, pendapatan dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* di kalangan ASN Padangsidempuan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna mengisi kesenjangan penelitian yang ada. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka peneliti dapat mengidentifikasikan berbagai masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Metode pembayaran seperti *e-wallet*, kartu kredit, transfer bank, dan pembayaran di tempat (COD) mungkin dipilih secara berbeda oleh pria

dan wanita. Penelitian ini perlu mengeksplorasi alasan di balik preferensi ini.

2. Konsumen dengan tingkat pendapatan yang berbeda memiliki akses dan kecenderungan yang berbeda terhadap berbagai metode pembayaran. Konsumen dengan pendapatan tinggi mungkin lebih cenderung menggunakan kartu kredit atau layanan premium, sementara konsumen dengan pendapatan rendah mungkin lebih memilih metode yang lebih terjangkau seperti transfer bank atau pembayaran tunai.
3. Religiusitas, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim, berperan dalam preferensi pembayaran. Konsumen yang religius mungkin menghindari metode pembayaran yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, seperti kartu kredit yang mengandung unsur bunga.

### **C. Batasan Masalah**

Untuk tidak terjadi kesalahpahaman dan meluasnya pembahasan, maka peneliti membatasi variabel yang dimaksud untuk dijadikan penelitian, Variabel Independent yaitu Gender ( $X_1$ ) Pendapatan ( $X_2$ ), Religiusitas ( $X_3$ ) serta Variabel Dependent yaitu Preferensi Metode Pembayaran ( $Y$ ). Kemudian peneliti hanya meneliti terhadap seluruh Aparatur Sipil Negara Kota Padangsidempuan.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan definisi yang di rangkai oleh peneliti untuk menggambarkan sebuah istilah tentang metode dan konsep

yang ditandai dengan menyebutkan tindakan pokok seperti manipulasi dan observasi. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel I.1**

**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Preferensi Metode Pembayaran (Y)	Preferensi metode pembayaran adalah pilihan atau kecenderungan individu atau kelompok dalam menggunakan jenis metode pembayaran tertentu ketika melakukan transaksi <i>online</i> . <sup>16</sup>	1. Pilihan Metode Pembayaran : Kartu Kredit, Transfer antar Bank, <i>E-wallet</i> , <i>Cash on Delivery</i> (COD) 2. Alasan Preferensi Metode Pembayaran <sup>17</sup>	Nominal
Gender (X <sub>1</sub> )	Gender adalah suatu sifat yang dijadikan dasar untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi kondisi sosial budaya, nilai, perilaku, mentalitas dan emosi. <sup>18</sup>	1. Jenis kelamin ; laki-laki dan perempuan <sup>19</sup>	Nominal

<sup>16</sup> Annisa Nur Ramadhani, “Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1, Februari 2022, hlm.113

<sup>17</sup> Annisa Nur Ramadhani, “Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1, Februari 2022, hlm. 113-114

<sup>18</sup> Nurhasanah, Zuriatin, “Gender Dan Kajian Teori Tentang Wanita”, *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Volume 6, No. 1, 2020, hlm. 283

<sup>19</sup> Nur Najmi Jazila, “Pengaruh Perbedaan Komitmen Organisasi Ditinjau Dari Gender Terhadap Turnover Labour Pada Ud. Klinik Laptop Paiton”, *E-Jurnal Riset Manajemen*, 2020, hlm. 4

Pendapatan (X <sub>2</sub> )	Pendapatan adalah uang yang di terima oleh individu, bisnis dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, biaya dan keuntungan. <sup>20</sup>	1. Kategori pendapatan <sup>21</sup>	Ordinal
Religiusitas (X <sub>3</sub> )	Religiusitas adalah suatu prinsip yang ada di dalam diri seseorang yang dijadikan sebagai pedoman untuk bersikap, berperilaku dan bertindak sesuai dengan agama yang dianutnya. <sup>22</sup>	1. Tingkat religiusitas 2. Kepatuhan terhadap prinsip syariah 3. Sikap terhadap transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian 4. Kepercayaan terhadap keamanan transaksi sesuai dengan syariah <sup>23</sup> 5. Kesesuaian dengan prinsip syariah dalam hal riba <sup>24</sup>	<i>Likert</i>

<sup>20</sup> Siti Laelatul Marwiyah, "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap *Online Shopping* Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Volume 9, No.3, 2023, hlm.4283

<sup>21</sup> Dina Maulida Rahmi, Nurman Setiawan Fadjar, "Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi", *Journal Of Development Economic And Social Studies*, Volume 1, No. 4, 2022, hlm. 545

<sup>22</sup> Fani Fadhila, Dkk, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater", dalam Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), Volume 1, No. 2, Desember 2020, hlm. 23

<sup>23</sup> Fani Fadhila, Dkk, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater", dalam Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), Volume 1, No. 2, Desember 2020, hlm. 23

<sup>24</sup> Annisa Nur Ramadhani, "Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1, Februari 2022, hlm. 113-114

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dalam penelitian ini maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Gender Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*?
2. Bagaimana Pengaruh Pendapatan Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-commerce*?
3. Bagaimana Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Gender Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Pendapatan Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-commerce*.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-commerce*.

### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi metode



pembayaran dalam transaksi *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini juga menjadi syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata-1 Ekonomi Syariah di UIN Syahada Padangsidimpuan.

## 2. Bagi ASN Kota Padangsidimpuan

Sebagai bahan masukan untuk memahami perilaku dan kecenderungan ASN dalam memilih metode pembayaran. Hal ini dapat menjadi dasar dalam menyusun kebijakan digitalisasi transaksi atau literasi keuangan yang lebih tepat sasaran.

## 3. Bagi Pihak Lain

### a. Akademik

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi digital, perilaku konsumen dan keuangan syariah, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

### b. Diluar Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi pelaku usaha *e-commerce*, lembaga keuangan, dan penyedia layanan pembayaran digital dalam merancang strategi pemasaran serta layanan yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna, terutama ASN.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Preferensi Metode Pembayaran**

###### **a. Definisi Preferensi Metode Pembayaran**

Metode pembayaran adalah metode atau cara kita untuk membayar sesuatu. Terdapat beberapa jenis metode pembayaran yang bisa kita pilih, bisa tunai maupun non tunai. Perkembangan transaksi non tunai di Indonesia memiliki indikasi yang besar dikarenakan jumlah penduduknya yang juga sangat besar hingga mencapai 250 juta jiwa.

Dari beberapa jenis metode pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya masingmasing. Pada mulanya masyarakat cenderung memilih metode pembayaran melalui COD (*Cash on Delivery*). Namun, seiring berjalannya waktu masyarakat sedikit demi sedikit melirik dan menggunakan metode pembayaran yang lain secara non-tunai.<sup>1</sup>

Sekarang ini masyarakat lebih memilih menggunakan pembayaran metode digital di banding pembayaran konvensional. Metode pembayaran merupakan cara dimana kita biasa melakukan

---

<sup>1</sup> Annisa Nur Ramadhani, “Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam”, *dalam Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1, Februari 2022, hlm.113

pembayaran baik barang ataupun jasa. Kita sebagai pembeli, seharusnya sudah bisa membandingkan kelebihan serta kekurangan dari masing-masing metode yang ada.

Meurut Humphrey sistem atau metode pembayaran adalah suatu mekanisme yang akan menunjukkan adanya aliran dari sejumlah nilai yang bersumber dari pembeli kepada penjual dalam suatu transaksi tertentu. Jika kita bias kaitkan dengan adanya isu perkembangan pada sistem pembayaran berbasis elektronik yang ternyata terbukti bahwa memang lebih efisien dari pada sistem pembayaran *paper-based* oleh karena bisa dikatakan bahwa system atau metode pembayaran akan mengalami proses menuju yang lebih efisien lagi.

#### b. Jenis Metode Pembayaran

Metode pembayaran pada dengan umumnya terbagi menjadi dua, ada pembayaran tunai dan ada pembayaran non tunai. Metode pembayaran konvensional merupakan pembayaran secara langsung yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya. Seperti pada penjualan umumnya, setiap transaksi pasti akan melakukan pembayaran. *E-commerce* intinya ingin mempermudah pelanggan di dalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu metode pembayarannya pun harusnya akan mempermudah tiap transaksinya.

Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada *online shopping*:

1) *Cash on Delivery* (COD)

Meskipun kita melakukan transaksi pembelian secara online, tetapi pembayaran yang dilakukan bisa secara *offline*. Pada metode ini, biasanya pembayaran akan dilakukan setelah barang yang dipesan datang ke alamat yang dituju. Dan biasanya barang datang dalam kurun waktu yang cukup lama.

2) *Transfer Bank*

Perusahaan biasa menggunakan metode pembayaran dengan cara transfer. Transfer ini biasa dilakukan dengan menggunakan mesin ATM, mobile banking atau pun internet banking.

3) *Kartu kredit*

Metode pembayaran ini bisa menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, biasanya konsumen harus mengisi data-data tertentu yang disediakan.

4) *E-wallet*

Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan akan bias kita gunakan untuk melakukan transaksi secara *online*, misalnya *go-pay*, *ovo* ataupun *T-cash*.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Handayani, Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping”, dalam *UG Jurnal*, Volume, 15, No. 4, 4 April 2021, hlm. 61

c. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam

1. Dalil Al-Qur'an dan Hadits tentang Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari al-Quran, al- Sunnah yang telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekadar mu'amalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong menolong sesama manusia.

a) Surat al- Baqarah ayat 275:

*Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*

b) Al-baqarah ayat 282

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.*

c) Hadis Nabi saw. Artinya: *“Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, ‘Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.’* (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, serta dinilai shahih Ibnu Hibban).

2. Dalil Al-Qur'an, Hadis dan Fatwa tentang Pembayaran Melalui E-wallet

Mengenai penggunaan e-wallet itu diperbolehkan, selama tidak ada yang dirugikan dalam jual belinya. Karena kemudahan

transaksi dalam muamalah secara umum dianjurkan secara agama. Seperti firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 185:

Artinya: *“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”*. Surah Al-Haj 78 yang artinya: *“Dan Allah tidak menjadikan agama sebagai hal yang menyulitkan untuk manusia”*.

Hadis Nabi riwayat al-Tirmidzi dari kakeknya ‘Amr bin ‘Auf al-Muzani, dan riwayat al-Hakim dari kakeknya Katsir bin Abdillah bin ‘Amr bin ‘Auf r.a.:

*“Shulh (penyelesaian sengketa melalui musyawarah untuk mufakat) boleh dilakukan di antara kaum muslimin kecuali shulh yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat yang mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”*

Dalam fatwa juga dikemukakan bahwa uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, Ia boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang tercantum dalam fatwa (Fatwa DSN-MUI No. 116 tahun 2017 tentang Uang Elektronik Syariah).

d. Sistem Pembayaran dan *E-commerce* Menurut Tinjauan Islam

Hingga saat ini belum ditemui adanya Fatwa dari Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang transaksi *e-commerce*, namun legalitas untuk menjalankan transaksi ini dapat dianalogikan pada transaksi elektronik lain. Pada bentuk

transaksi yang semisal dengan transaksi *e-commerce*, yaitu pada transaksi *Letter of Credit*, MUI memberikan kebolehan pada transaksi jasa yang dilakukan oleh Perbankan Syariah untuk memfasilitas transaksi ekspor kepada nasabah. Kebolehan tersebut dimuat dalam Fatwa DSN Nomor: 34/DSN-MUI/IX/2002 *tentang Letter of Credit Ekspor Syariah*. Dengan catatan bahwa seluruh mekanisme transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Mengenai transaksi jual beli melalui pembayaran tunai atau COD para ulama berbeda-beda pendapat, ada yang mengutarakan boleh sah ada juga yang tidak boleh tidak sah. Para ulama Hanāfiyah, Mālikiyah, Hanābillah berpendapat bahwa syarat salam pada akad jual beli adalah menyerahkan barang setelah tempo tertentu, sehingga tidak sah melakukan akad salamnya secara kontan. Sedangkan ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa melakukan akad salam baik secara kontan ataupun tempo adalah sah. Jika dalam akad kesepakatannya tidak disebutkan waktu penyerahan barang sedang barang yang dibeli ada di majlis, maka akadnya sah.

Mengenai Kartu kredit sebagai sarana dalam bertransaksi menurut Dewan Syariah Nasional MUI hanya menetapkan jenis Syariah *Charge Card* sebagai kartu Yang dibolehkan oleh syara' yaitu kartu kredit temporal tanpa bunga. Sedangkan kartu kredit dengan bunga dan dibayar secara angsuran tidak diperbolehkan. Namun demikian, pada tahun 2006 Dewan Syariah Nasional MUI

mengeluarkan fatwa yang umum tentang Kartu Kredit Syariah, yaitu Fatwa Nomor 54/DSN/-MUI/X/2006. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S al- Baqarah ayat 275.<sup>3</sup>

Yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Penerbitan kartu kredit dalam Islam: Tidak ada keraguan bahwa mengeluarkan kartu kredit berbasis bunga tidak diperbolehkan untuk bank syariah atau lembaga keuangan. Bank syariah mengeluarkan kartu kredit yang tidak berbasis bunga. Jadi bank tidak benar-benar mendapat manfaat dari kartu kredit itu sendiri, dan mereka menyediakannya sebagai layanan kepada pelanggan mereka.

---

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahanya 2019



Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran antara nilai uang tunai (*cash*) dengan nilai uang elektronik merupakan pertukaran atau jual beli mata uang sejenis yang dalam literature Fiqih Muamalat dikenal dengan *Al-Sharf*. Yaitu tukar menukar atau jual beli mata uang.<sup>4</sup>

## 2. Gender

### b. Defenisi Gender

Gender sering di identikkan dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan atau perbedaan yang terlihat secara fisik, tingkah laku dan nilai yang dilabelkan pada laki-laki dan perempuan berdasarkan sosial budaya setempat. Gender berasal dari bahasa latin “*genus*” yang artinya jenis atau tipe. Secara etimologis “*gender*” berasal dari Bahasa inggris yang artinya jenis kelamin. Secara terminologis “*gender*” bisa diartikan sebagai harapan budaya lokal yang berlaku terhadap laki-laki dan perempuan. Sementara ilmu sosiologi dan antropologi mengartikan “*gender*” sebagai perilaku atau tugas dan fungsi yang diperankan oleh laki-laki dan perempuan yang sudah diatur sedemikian rupa sehingga terkonstruksi/terbentuk dan berlaku di masyarakat tertentu dan masa waktu tertentu.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Annisa Nur Ramadhani, dkk, Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1, Februari 2022, hlm. 116

<sup>5</sup> Rosdiana, dkk, *Gender dan Kesehatan* (Purbalingga : Eureka media aksara, 2023), hlm.1

Pengertian gender menurut para ahli;

1) Menurut Hanum

gender kodrat budaya. Kodrat budaya yang dimaksudkan disini adalah sifat dan peran antara laki-laki dan perempuan yang melekat pada mereka dan peran-peran tersebut ditentukan atau dibentuk oleh lingkungan sosial budaya. Sehingga, budaya masyarakat mempunyai peran penting dalam pembentukan peran-peran gender.

2) Menurut Baron

Gender adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan jenis kelamin individu, peran individu tersebut juga perilaku dan atribut yang cenderung menjelaskan arti dari seorang laki-laki atau perempuan.

3) Menurut Jill Steal

Gender ialah suatu perbedaan laki-laki dan perempuan yang tidak berdasarkan pada perbedaan biologis, namun lebih kepada hubungan ideologis dan material terkait keberadaan keduanya.<sup>6</sup>

c. Peran Gender

Perempuan sewajarnya hidup di lingkungan rumah tangga, sementara pria bekerja mencari nafkah bagi keluarganya. Sesuai kodrat, tugas-tugas yang diberikan alam kepada perempuan adalah melahirkan dan membesarkan anak-anak di dalam lingkungan rumah.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Rosdiana, dkk, *Gender dan Kesehatan* (Purbalingga : Eureka media aksara, 2023), hlm.

<sup>7</sup> Rosdiana, dkk, *Gender dan Kesehatan* (Purbalingga : Eureka media aksara, 2023), hlm.

### 3. Pendapatan

#### a. Defenisi Pendapatan

Sadono Sukirno mendefinisikan pendapatan merupakan jumlah penghasilan atau yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode, baik harian, mingguan, atau tahunan. Menurut Reksoprayitno, pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.

#### b. Indikator Pendapatan

Indikator yang dapat mengukur variabel pendapatan menurut Bramastuti, antara lain adalah:

- 1) Pendapatan yang diterima perbulan
- 2) Sumber pendapatan
- 3) Meningkatkan taraf hidup
- 4) Beban keluarga yang di tanggung.<sup>8</sup>

#### d. Jenis Pendapatan

Berikut adalah jenis pendapatan yang dibagi dalam dua bentuk, yaitu:

##### 1. Pendapatan Ekonomi

Sejumlah uang yang dapat digunakan oleh keluarga dalam suatu periode tertentu guna membelanjakan diri tanpa mengurangi atau menambah *asset netto (net asset)*, termasuk

---

<sup>8</sup> Hanifa Zulnanda, Irwan Muslim, "Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Kota Pariaman", *dalam Jurnal Economic Development*, Volume, 1, No. 1, Desember 2023, hlm. 4

dalam pendapatan ekonomi antara lain upah atau gaji, pendapatan bunga deposito, penghasilan transfer dari pemerintah dan lain sebagainya adalah yang dimaksud dengan pendapatan ekonomi.

## 2. Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang sebagai dihasilkan keluarga dalam periode tertentu sebagai balas jasa atau faktor produksi yang diberikan karena tidak memperhitungkan pendapatan bahkan kas (non kas), terutama penghasilan transfer, biasanya cakupan pendapatan uang ini lebih sempit dari pendapatan ekonomi.

### e. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus bisa digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun dibawah ini sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

1. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan. Sektor formal tersebut seperti Pekerjaan yang terikat dalam sebuah instansi perusahaan atau pemerintahan

2. Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain
  3. Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.<sup>9</sup>
- f. Tingkat pendapatan

Tingkat Pendapata adalah indikator penting untuk mengetahui tingkat hidup rumah tangga. Pada umumnya pendapatan rumah tangga tidak berasal dari satu sumber, akan tetapi diperoleh dari dua atau lebih sumber pendapatan. Tingkat pendapatan tersebut juga diduga dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan dasar rumah tangga. Tingkat pendapatan yang rendah mengharuskan anggota rumah tangga untuk bekerja atau berusaha lebih giat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>10</sup>

Badan Pusat Statistik (BPS) menggolongkan tingkat pendapatan penduduk ke dalam 4 kategori:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan.

---

<sup>9</sup> Anggia Ramadhan, dkk, *TEORI PENDAPATAN* (Penerbit : Tahta Media Grup, 2023), hlm. 6-8

<sup>10</sup> Anggia Ramadhan, dkk, *TEORI PENDAPATAN* (Penerbit : Tahta Media Grup, 2023), hlm. 11

2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp >2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan.

3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp >1.500.000 – Rp 2.500.000 per bulan.

Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata dibawah Rp 1.500.000 per bulan.

#### **4. Religiusitas**

##### **a. Defenisi Religiusitas**

Jalaluddin (2001) mengemukakan bahwa religiusitas merupakan sikapmkeagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Menurut Glock & Stark (1992) keberagamaan seseorang menunjuk pada ketaatan dan komitmen seseorang terhadap agamanya, artinya keberagamaan seseorang pada dasarnya lebih menunjukkan pada proses-proses internalisasi nilai-nilai agama yang kemudian menyatu dalam diri individu membentuk perilaku sehari-hari.<sup>11</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan suatu prinsip yang ada di dalam diri seseorang yang dijadikan sebagai pedoman untuk bersikap, berperilaku dan bertindak sesuai dengan agama yang dianutnya.

---

<sup>11</sup> Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), Hlm. 2

#### b. Dimensi Religiusitas

Dimensi religiusitas Menurut Glock dan Stark dalam Ancok dan Suroso menyatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu:

- 1) Dimensi keyakinan menunjukkan pada tingkat keyakinan seorang muslim terhadap kebenaran mengenai ajaran-ajaran agama, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik, misalnya keyakinan kepada Allah, malaikat, surga dan neraka.
- 2) Dimensi Praktik Agama menunjukkan pada tingkatan sejauh mana seseorang dapat menjalankan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Dalam agama islam bentuk dimensi praktik dapat dilakukan dengan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktik muamalah lainnya.
- 3) Dimensi Pengalaman menunjukkan pada suatu perasaan atau pengalaman yang telah dialami dan dirasakan oleh seseorang, seperti perasaan selalu dekat dengan Allah, perasaan takut dan gelisah ketika melakukan dosa, selalu merasa do'anya dikabulkan, selalu merasa diselamatkan oleh Allah.
- 4) Dimensi Pengetahuan Agama menerangkan seberapa jauh seseorang telah memahami dan mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci.

- 5) Dimensi Pengamalan mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agama dalam kehidupan sosial, seperti menjalankan syariat agama Islam dengan baik dan benar, menjenguk tetangga yang sakit, menolong orang sedang dalam kesulitan, bersedekah, dan sebagainya.<sup>12</sup>

Teori perilaku konsumen merupakan teori bagaimana konsumen melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengalokasikan pendapatannya (Pindyck & Rubinfeld, 2012). Adapun Winardi (1991) menyebutkan bahwa perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Begitu pun menurut Suyonto (2012) perilaku konsumen dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan. Menurut Deaton & Muellbauer (1986), perilaku konsumen merupakan perilaku yang dikaitkan dengan “*Preferences*” dan “*Possibilities*”.<sup>13</sup> Kesimpulannya perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok dalam membeli

---

<sup>12</sup> Fani Fadhila, Dkk, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater”, *dalam Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Volume, 1, No. 2, Desember 2020, hlm. 23

<sup>13</sup> Jefri Putri Nugraha, Dkk, Teori Perilaku Konsumen, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), Hlm 2-3



atau mempergunakan produk atau jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan.

Melakukan konsumsi terdapat beberapa prinsip yang menjadi fondasi bagi seorang Muslim. Menurut Lukman Hakim (2012), prinsip tersebut berdasarkan Al-quran, Hadist dan perilaku sahabat R.A yaitu Prinsip Syariah, Prinsip Kuantitas, Prinsip Prioritas, Prinsip Moralitas. Konsumsi yang baik kuantitas dan kualitasnya dalam bentuk spiritual ataupun material tidak terlepas dari tingkat keimanan seseorang sehingga membentuk perilaku konsumsi (Ahmed, 1950).

Tingkat keimanan dapat dijadikan asumsi untuk melihat karakteristik ekonomi, menurut Kahf (1999) yaitu pada tingkat keimanan yang baik, dalam melakukan konsumsi terdapat 3 hal utama yaitu, memenuhi kebutuhan, melaksanakan kewajiban dan manfaat (masalah). Pada tingkat keimanan yang kurang baik, dalam melakukan konsumsi dapat dipengaruhi oleh ego, materialistic dan keinginan diri sendiri. Pada tingkat keimanan yang tidak baik, dalam melakukan konsumsi dapat dipengaruhi hal-hal yang bersifat individualistis. Dapat ditarik kesimpulan, perilaku konsumsi seorang Muslim haruslah mengacu kepada prinsip-prinsip yang sesuai syariah. Memahami dengan baik maqashid

syariah agar terhindar dari keburukan atau terjerumus kedalam kemudharatan.<sup>14</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa hasil penelitian terdahulu, diantaranya adalah:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aldilla Iradianty dan Bayu Rima Aditya (2021)	Digital Payment: Perspektif Gender Dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital	Didapatkan hasil Bahwa tidak terdapat perbedaan Antara perilaku laki-laki dan perempuan dalam memilih jenis pembayaran menggunakan Pembayaran digital. <sup>15</sup>
2.	Styadi Senjaya (2021)	Studi Perbedaan Persepsi Pada Pria Dan Wanita Mengenai Transaksi Online Di Kalangan Mahasiswa	Tidak terdapat perbedaan persepsi pada pria dan wanita mengenai metode Pembayaran COD Dan pembayaran <i>online</i> . <sup>16</sup>
3.	Shintia Reahel Sitompul, dkk (2024)	Perbandingan Penggunaan Spaylater Di Kalangan Konsumen	Ada perbedaan signif pada penggunaan spaylater laki-laki dan perempuan.

<sup>14</sup> Riszha Wulan Dary, M. Pudjiharjo, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater", *Islamic Economics And Finance In Focus*, Volume 1, No. 2, 2022, hlm. 260

<sup>15</sup> Aldilla Iradianty, Bayu Rima Aditya, "Digital Payment: Perspektif Gender Dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital", *dalam Jurnal Bisnis Manajemen, Dan Informatika*, Volume, 18, No. 1, 2021, hlm. 43

<sup>16</sup> Styadi Senjaya, "Studi Perbedaan Persepsi Pada Pria Dan Wanita Mengenai Transaksi Online Di Kalangan Mahasiswa", *dalam Jurnal Of Accounting And Business Studie*, Volume 6, No. 1, Maret 2021, hlm. 45

		Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan	Perempuan lebih sering melakukan pembelian impulsif, temuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin memainkan peran penting dalam bagaimana orang menggunakan dan mengonsumsi layanan <i>spaylater</i> . <sup>17</sup>
4.	Verena Deborah, Bambang Sugiarto dan Fery Wijaya (2023)	Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan Dan Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Pada Transaksi <i>E-Commerce</i>	Berdasarkan pendapatan, mereka lebih memilih metode pembayaran secara non-digital dibanding dengan digital yaitu <i>Cash on Delivery</i> (COD), dan kesimpulan, maka diajukan berbagai saran bagi pengembangan dalam sistem pembayaran digital terhadap <i>e-commerce</i> , antara lain sebagai berikut: Minimarket (Alfamart/Indomaret) dan Tranfer Bank melalui ATM dengan total keseluruhan presentase 69%. Serta pembayaran secara digital yaitu <i>Virtual Account</i> dan <i>PayLater</i>

<sup>17</sup> Shintia Reahel Sitompul, Dkk, "Perbandingan Penggunaan Spaylater Di Kalangan Konsumen Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan", Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan, Volume 2, No. 1, 2024, hlm. 14

			dengan total keseluruhan presentase 31%. Sehingga pendapatan tidak berpengaruh terhadap sistem pembayaran digital terhadap e-commerce. <sup>18</sup>
5.	Siti Laelatul Marwiyah, MH 'Ainulyaqin Dan Sarwo Edy (2023)	Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Secara parsial tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap online shopping, sehingga hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan mahasiswa maka semakin meningkat frekuensi belanja online (online shopping) pada e-commerce Shopee. <sup>19</sup>
6.	Yolania Monica (2021)	Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)	Pendapatan berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa universitas Brawijaya malang di e-commerce shopee. Semakin tinggi pendapatan seorang mahasiswa, maka kecenderungan mahasiswa untuk meningkatkan tingkat konsumsinya akan semakin tinggi. Ketika

<sup>18</sup> Varena Deborah, dkk, "Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Tingkat pendidikan, Tingkat Pendapatan Dan Kepemilikannomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) Terhadap penggunaan Sistem Pembayaran Digital Pada Transaksi E-Commerce", dalam Accounting cycle Journal, Volume 4, No. 1, Februari 2023, hlm. 38

<sup>19</sup> Siti Laelatul Marwiyah, dkk, "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Volume 9, No. 3, 2023, hlm. 4289

			mahasiswa mempunyai pendapatan yang semakin besar, maka akan semakin besar pula konsumsi yang dikeluarkan dan gaya hidup mahasiswa juga akan meningkat. <sup>20</sup>
7.	Fany Fadhila, Azhar dan Muslim Marpaung (2020)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan <i>Shopeepaylater</i>	Berdasarkan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas secara parsial memiliki hubungan positif, kuat dan tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pengguna shopeepaylater pada masyarakat muslim Kota Medan. <sup>21</sup>
8.	Muhamaad Rizki, Agustina Mutia dan Muhammad Subhan (2023)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>E-Money</i> Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi	Secara Parsial Variabel Religiusitas (X3) Menghasilkan Nilai Nilai Sig 0,000 < 0,05 Berarti H2 Diterima. Maka Variabel Religiusitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>E-Money</i> Pada

<sup>20</sup> Yolania Monica, “ Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)”, dalam *Jurnal Ilmiah*, 2021, hlm. 14

<sup>21</sup> Fani Fadhila, Dkk, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater”, dalam *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Volume, 1, No.2, 2020

			Mahasiswa UIN STS Jambi. <sup>22</sup>
9.	Riszha Wulan Dary, dan M. Pudjiharjo (2022)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>Spaylater</i>	Religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan <i>Spaylater</i> . Yang berarti bahwa generasi z mempunyai komitmen terhadap ajaran agama Islam dengan mematuhi syariat Islam dengan menjauhi larangan-Nya. <sup>23</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang peneliti paparkan bahwa penelitian saya berjudul “Pengaruh Gender, Pendapatan, Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*”. dengan rumusan masalah yaitu: (1) Bagaimana Pengaruh Gender Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*? (2) Bagaimana Pengaruh Pendapatan Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-commerce*? (3) Bagaimana Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*? (4) Bagaimana Pengaruh Gender, Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*?

---

<sup>22</sup> Muhammad Rizki, dkk, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi”, *dalam Journal of Student Research (JSR)*, Volume, 1, No. 4, 2023

<sup>23</sup> Riszha Wulan Dary, M. Pudjiharjo, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Spaylater*”, *Islamic Economics And Finance In Focus*, Volume 1, No. 2, 2022, hlm. 260

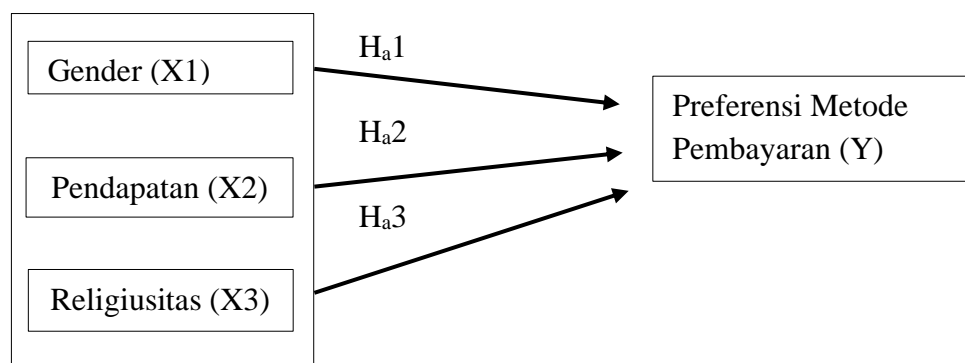
Pendekatan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, sumber data primer, sekunder dan pengumpulan data dengan penyebaran angket. Sehingga penelitian saya setelah dilihat dari penelitian terdahulu nomor 1 sampai dengan nomor 9 ada perbedaan yang sangat prinsip, inilah yang membedakan sehingga saya layak untuk meneliti penelitian ini.

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan masalah dan kajian teori yang peneliti uraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Gender, Pendapatan, Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Secara sistematis kerangka pikir dalam penelitian yang akan diteliti sebagaimana terdapat pada gambar berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah pernyataan yang diterima sementara sebagai kebenaran yang merupakan dasar serta panduan kerja dalam verifikasi. Menurut Moh. Nazir, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris, yang menyatakan hubungan apa yang ingin dipelajari.<sup>24</sup> Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. maka peneliti merumuskan hipotesisnya diduga:

H<sub>a1</sub>: Terdapat pengaruh gender terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce terhadap konsumen di kalangan ASN kota Padangsidimpuan.

H<sub>a2</sub>: Terdapat pengaruh pendapatan terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce terhadap konsumen di kalangan ASN kota Padangsidimpuan.

H<sub>a3</sub>: Terdapat pengaruh religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce terhadap konsumen di kalangan ASN kota Padangsidimpuan.

---

<sup>24</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 40



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di kalangan ASN kota Padangsidimpuan. Dan waktu penelitian dilakukan mulai bulan November.

##### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifiknya adalah sistematis, terencana dan terstruktur. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, disertai dengan gambar, tabel, grafik ataupun tampilan lainnya. Sedangkan menurut Carmines dan Zaller penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk eksperimen yang menggunakan data dalam bentuk angka dan dianalisis dengan metode statistik untuk memperoleh hasil dan kesimpulan.<sup>1</sup>

##### **C. Populasi dan Sampel**

###### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>1</sup> Siti Fadjarajani dkk, *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner* (Gorontalo : Ideas Publishing, 2020), hlm. 90

dietapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Aparatur Sipil Negara kota Padangsidempuan, data populasi yang peneliti gunakan bersumber dari Badan Kepegawaian dan Pengembangan SDM kota Padangsidempuan, adapun jumlah populasi berjumlah 3615 orang.

**Tabel III.1**  
**Jumlah ASN Juni 2024**

No	Nama Perangkat Daerah	Jumlah
1	Sekretariat Daerah	125
2	Sekretariat DPRD	35
3	Inspektorat	46
4	Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana	19
5	Dinas Ketahanan Pangan	21
6	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	26
7	Dinas Pemadam Kebakaran dan Keselamatan	24
8	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	40
9	Dinas Kesehatan	521
10	Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan	29
11	Dinas Pekerjaan Umum dan Tata Ruang	42
12	Dinas Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata	25
13	Dinas Pendidikan	1555
14	Dinas Perhubungan	38
15	Dinas Pertanian	77
16	Dinas Sosial	24
17	Dinas Lingkungan Hidup	46
18	Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman	28
19	Dinas Ketenaga Kerjaan	23
20	Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak	22
21	Dinas Komunikasi dan Informatika	19
22	Dinas Perpustakaan	23
23	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	29

---

<sup>2</sup> Abigail Soesana dkk, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023), hlm. 39

24	Dinas Pengelolaan Keuangan dan Pendapatan Daerah	64
25	Dinas Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah	39
26	Dinas Kepegawaian dan Pengembangan SDM	27
27	Dinas Penanggulangan Bencana Daerah	22
28	Dinas Kesatuan Bangsa, Politik dan Linmas Daerah	22
29	Dinas Satuan Polisi Pamong Praja	39
30	UPT. Rumah Sakit Umum Daerah	226
31	Kecamatan Padangsidempuan Utara	115
32	Kecamatan Padangsidempuan Selatan	85
33	Kecamatan Padangsidempuan Tenggara	43
34	Kecamatan Padangsidempuan Batunadua	32
35	Kecamatan Padangsidempuan Hutarimbaru	42
36	Kecamatan Padangsidempuan Angkola Julu	22
<b>Total</b>		<b>3615</b>

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup> Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah dengan metode *cluster sampling* (sampling klaster). *Cluster Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara berkelompok dan dilakukan pada area atau kelompok tertentu dengan semua anggota dari setiap kelompok dipilih menjadi anggota sampel.<sup>4</sup>

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan dua tingkat dengan rancangan dilakukan dua kali proses pemilihan secara acak (*Random*) yaitu sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Abigail Soesana dkk, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023), hlm 41-45

<sup>4</sup> Muhammad Fitri, Dkk, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace Terbaik Menggunakan Metode AHP Pada Kelurahan Gunung Batu", *Dalam Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, Vol 2, No. 2, Oktober 2022

- a) Tahap populasi pertama, dilakukan dengan pengelompokan Satuan Kerja Perangkat Daerah ASN kota Padangsidempuan, dimana Satuan Kerja Perangkat Daerah kota Padangsidempuan terbagi dalam 36 Perangkat Daerah.
- b) Tahap populasi kedua, dilakukan pemilihan Satuan Kerja Perangkat Daerah ASN kota Padangsidempuan yang berjumlah 36 Perangkat Daerah ASN kota Padangsidempuan.

Sehingga setelah dipilih secara random maka terpilih 4 Satuan Kerja Perangkat Daerah ASN kota Padangsidempuan sebagai sampel berdasarkan persentase sampel dan ketersediaan akses responden, yaitu: Dinas Sosial (24 orang), Dinas Ketahanan Pangan (21 orang), Dinas Lingkungan Hidup (46 orang), Dinas Pemadam Kebakaran Dan Penyelamatan (24 orang), sehingga jumlah keseluruhan 115 orang.

Untuk memudahkan periset, jika jumlah populasi diketahui maka untuk menentukan ukuran sampel yang akan di ambil oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka menggunakan rumus slovin berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat Kesalahan 10%

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$n = \frac{115}{1 + 115 (0,10)^2} \quad n = \frac{115}{2,15} = 53,49 \text{ dibulatkan menjadi } 54.$$

Berdasarkan perhitungan diatas jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 54 sampel.

$$\text{Persentase sampel} = \frac{54}{3615} \times 100\% = 1,49\%$$

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.615 orang dengan sampel yang digunakan sebanyak 54 orang, dengan persentase sampel sebanyak 1,49% dari total populasi. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *cluster sampling*, dengan mempertimbangkan keterjangkauan, efisiensi waktu, serta keterwakilan responden dalam populasi.

#### **D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan data**

Instrumen dan teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah penelitian.<sup>5</sup> Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik pengamatan, wawancara dokumentasi dan angket. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Adapun data yang digunakan dalam

---

<sup>5</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 67

penelitian ini adalah ASN Kota Padangsidempuan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan angket dan dokumentasi.

#### 1. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan suatu bentuk daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti untuk diajukan kepada responden untuk mencari jawaban dari permasalahan yang diteliti.<sup>6</sup> Dalam angket terdapat pertanyaan, pernyataan dan isian yang harus dijawab oleh responden. Angket ini bersifat tertutup yang daftar pertanyaan diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna angket juga ditunjukkan untuk mengumpulkan data melalui formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden yang dalam penelitian ini adalah ASN Kota Padangsidempuan.

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data, dengan menggunakan skala nominal, skala ordinal dan skala likert. Skala nominal adalah skala yang bersifat kategorikal, jenis datanya hanya menunjukkan perbedaan antar kelompok lainnya, misalnya jenis kelamin, golongan, organisasi dan sebagainya.<sup>7</sup> Skala ordinal adalah skala yang didasarkan pada rangking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau

---

<sup>6</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 98

<sup>7</sup> Fathor Rasyid, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta : IAIN Kediri Press, 2022), hlm. 222

sebaliknya.<sup>8</sup> Skala likert (*likert scale*) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai kejadian atau fenomena sosial.<sup>9</sup>

**Tabel III.2**  
**Pengukuran Skala Likert**

No.	Tanggapan Responden	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun instrumen yang menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk ceklis ataupun pilihan ganda.

**Tabel III.3**  
**Kisi-Kisi Kuesioner**

No .	Variabel	Indikator	Nomor pernyataan
1.	Gender (X <sub>1</sub> )	1. Jenis kelamin ; laki-laki dan perempuan	1
2.	Pendapatan (X <sub>2</sub> )	1. Kategori pendapatan	2
3.	Religiusitas (X <sub>3</sub> )	1. Tingkat religiusitas	1
		2. Kepatuhan terhadap prinsip syariah	2

---

<sup>8</sup> H.M Sidik Priadana, Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang : Pascal Books, 2021), hlm. 175

<sup>9</sup> Aries Veronica, Ernawati, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Padang : PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 105

		3. Sikap terhadap transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian	3
		4. Kepercayaan terhadap keamanan transaksi sesuai dengan syariah	4,5
		5. Kesesuaian dengan prinsip syariah dalam hal riba dan bunga	6,7
4.	Preferensi Metode Pembayaran (Y)	1. Pilihan Metode Pembayaran : Kartu Kredit, Transfer antar Bank, <i>E-wallet</i> , <i>Cash on Delivery</i> (COD)	1
		2. Alasan Preferensi Metode Pembayaran	2,3

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui penelaahan sumber tertulis seperti buku, laporan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya yang memuat data atau informasi yang di perlukan peneliti.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 114



## E. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Structural Equation model Partial Lest Square* (SEM PLS) dengan bantuan aplikasi *Smart PLS Analisis Data Deskriptif* versi 4.0 sebagai alat hitung.<sup>11</sup>

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah :

### 1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Dalam teknik ini akan diketahui nilai variabel bebas dan terikatnya.

Teknik analisis ini akan memberikan gambarn awal pada setiap variabel dalam penelitian. Dimana pada gambaran data tersebut, setiap variabelnya bisa dilihat dari nilai mean, maksimum-minimum dan standar deviasi.<sup>12</sup>

### 2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung. David Garson menyatakan bahwa

---

<sup>11</sup> Hatta Setiabudhi, dkk, *Analisis Data Kuantitatif dengan Smart PLS4* (Borneo novelty Publishing, 2025), hlm. 23

<sup>12</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm.

analisis jalur sebagai model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti.<sup>13</sup>

### 3. Analisis Model Pengukuran (*Outer Models*)

Pengujian *Outer Models*, merupakan ikatan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya, ataupun bisa dikatakan *outer model* adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya. hubungan variabel tersebut kepada teori pengukuran.<sup>14</sup>

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi.<sup>15</sup> Uji validitas digunakan untuk menilai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui *Validitas Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*.

---

<sup>13</sup> Hironymus Ghodang, *Path Analysis (Analisis Jalur)* (Penerbit Mitra Grup, 2020), hlm. 17

<sup>14</sup> Hatta Setiabudhi, dkk, *Analisis Data Kuantitatif dengan Smart PLS4* (Penerbit Borneo novel Publishing, 2025), hlm. 23

<sup>15</sup> Slamet Widodo, Dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Penerbit CV Science Techno Direct, 2023), hlm. 53

- 1) *Convergent Validity*. Nilai *convergen validity* merupakan nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan nilai yang diharapkan 0.7.
- 2) *Discriminant Validity*. Nilai ini ialah nilai dari *cross loading* faktor yang bermanfaat untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang mencukupi yakni dengan cara menyamakan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading konstruk yang lain.<sup>16</sup>

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas berasal dari kata *reliability* yang jika diartikan dalam suatu penelitian adalah nilai kepercayaan suatu hasil pengukuran. Secara umum reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan. Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian.<sup>17</sup> Perhitungan yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk variabel adalah *composite reliability* dan *average variance extracted* (AVE). Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila

---

<sup>16</sup> Anom Arya Pering, "Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0," *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, Vol. 3, No. 2 (2020), hlm. 28–48

<sup>17</sup> Abigail Soesana dkk, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023), hlm 75

*composite reliability*  $\geq 0,7$  dan *average variance extracted* (AVE)  $\geq 0,5$  maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.<sup>18</sup>

#### 4. Analisis Model Struktural (*Inner Models*)

##### 1) *R-Square*

Merupakan koefisien determinasi pada suatu konstruk endogen. Nilai *R-Square* juga menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Kekuatan penjelasan variasi tersebut yakni *R-Square* sebesar 0,67 artinya kuat, 0,33 artinya moderat, dan 0,19 artinya lemah.<sup>19</sup>

##### 2) *F-Square*

Pengujian *F-Square* atau *Effect size* ( $f^2$ ) dilakukan untuk mengetahui perubahan nilai  $R^2$  pada konstruk endogen. Perubahan nilai  $R^2$  menunjukkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Di mana kriteria nilai *Effect Size* yaitu 0.02 (pengaruh variabel laten eksogen lemah), 0.15 (pengaruh variabel laten eksogen moderat), dan 0.35 (pengaruh variabel laten eksogen kuat).<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Hatta Setiabudhi, dkk, *Analisis Data Kuantitatif dengan Smart PLS4* (Borneo novelty Publishing, 2025), hlm. 23

<sup>19</sup> Ayatulloh Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, dkk, *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls* (Pascal Books, 2022), hlm. 13

<sup>20</sup> Yuhana, Dedy Setiawan, dkk, "Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, No. 01 (2024), hlm. 81.

### 3) *Q-square*

Dalam evaluasi kualitas model, *Q-square predictive relevance* di gunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya untuk model struktural. Nilai *Q-square* yang lebih dari 0 ( $Q\text{-square} > 0$ ) menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai  $Q\text{-square} \leq 0$  menunjukkan bahwa model tidak memiliki *predictive relevance*.

Besaran *Q-square* memiliki nilai dengan rentang  $0 < Q^2 < 1$ , yang dapat diartikan bahwa jika nilai  $Q^2$  semakin mendekati 1 maka modelnya semakin baik, sebaliknya jika mendekati 0 modelnya semakin buruk.<sup>21</sup>

### 4) Kecocokan Model (*Model Fit*)

*Model fit* digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan di samping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Model fit juga digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data. Kriteria nilai NFI adalah 0,19 (lemah), 0,33 (sedang) dan 0,67 (kuat).<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Yayan Ode, Arlene Henny Hiariey, "Analisis Faktor Psikologis Minat Mahasiswa Terhadap Program Magang Kampus Merdeka Menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Square," *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, No.2, Vol. 20 (2024). hlm. 473

<sup>22</sup> Mazroatun Nihayah, Suyono, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Shoope Live," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, No.1, Vol. 5 (2025). hlm. 5

## 5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis *full model structural equation modeling* (SEM) dengan *SmartPLS*. Dalam *full model structural equation modeling* selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Untuk menjawab hipotesis dapat dilihat pada hasil pengujian model struktural (*inner model*) pada *output path coefficients* dan *p value*. Jika nilai *p-value* signifikan ( $\leq 0,05$ ) dan t-statistik lebih besar dari t-tabel ( $\geq 1,96$ ) maka hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel variabel eksogen terhadap variabel endogen.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Pardomuan Robinson Sihombing, *Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula* (Penerbit : Minhaj Pustaka, 2024), hlm. 26

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Profil Kota Padangsidempuan**

Luas Wilayah Kota Padangsidempuan 159,28 km<sup>2</sup> yang dikelilingi oleh beberapa bukit serta dilalui oleh beberapa sungai dan anak sungai. Berdasarkan luas daerah menurut kecamatan, luas wilayah terbesar di Kecamatan Batunadua dengan 41,81 km<sup>2</sup> atau sekitar 26,25 persen dari luas total Padangsidempuan, diikuti oleh Kecamatan Padangsidempuan Tenggara dengan luas 37,70 km<sup>2</sup> atau sekitar 23,67 persen, Kecamatan Padangsidempuan Angkola Julu dengan luas 22,97 km<sup>2</sup> atau sekitar 14,38 persen, Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru dengan luas 22,64 km<sup>2</sup> atau sekitar 14,21 persen, Kecamatan Padangsidempuan Selatan memiliki luas 19,26 km<sup>2</sup> atau sekitar 12,09 persen, sedangkan Padangsidempuan Utara mempunyai luas wilayah terkecil yaitu 14,97 km<sup>2</sup> atau sekitar 9,04 persen. Administrasi Pemerintahan Kota Padangsidempuan terdiri atas 6 kecamatan yaitu padangsidempuan tenggara, padangsidempuan selatan, padangsidempuan batunadua, padangsidempuan utara, padangsidempuan hutaimbaru dan padangsidempuan angkola julu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik, Kota Padangsidempuan Dalam Angka 2024, hlm. 3-4

## **2. Visi dan Misi Kota Padangsidimpuan**

### **a. Visi :**

- 1) Kota berkarakter adalah kota yang memiliki ciri ciri khas dengan keragaman suku, struktur budaya, agama, adat istiadat, kesenian dan lainnya yang dijadikan sebagai aset kota untuk membangun kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat;
- 2) Kota bersih mengimplementasikan kota dengan wilayah yang bersih , sehat dan penuh harmoni;
- 3) Kota aman dimaksudkan bahwa kota yang wilayahnya mendapat jaminan keamanan sehingga masyarakat mendapat perlindungan dari rasa khawatir dan takut;
- 4) Kota sejahtera dimaksudkan adalah sebagai kota yang masyarakatnya maju dalam berkeadaban dengan mengedepankan pendidikan, ilmu, iman, dan amal, makmur, mendapatkan keadilan ekonomi dan keadilan sosial.

### **b. Misi :**

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang religius cerdas dan berbudaya dengan pemanfaatan iman dan taqwa ( imtaq ) dan ilmu pengetahuan dan teknologi ( iptek ), melalui pengelolaan pendidikan yang berkualitas.
- 2) Membuka lapangan kerja dengan iklim investasi yang kondusif dan meningkatkan potensi ekonomi kerakyatan yang berdaya saing dengan titik berat pada peragangan, pertanian,



pengelolaan dan pembinaan usaha kecil menengah, dan industri rumah tangga.

- 3) Menyediakan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana infrastruktur untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan kota.
- 4) Menyediakan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana kesehatan untuk terwujudnya masyarakat yang sehat dan sejahtera.
- 5) Meningkatkan pelayanan publik dengan tata kelola pemerintahan yang bersih dan baik ( *clean and good governance* ) sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku.
- 6) Meningkatkan peran serta pemuda dan perempuan dalam setiap gerak pembangunan dan melakukan pembinaan terhadap generasi muda dalam rangka mengantisipasi munculnya masalah penyalahgunaan narkoba dan tindak kriminal lainnya.
- 7) Menyediakan dan meningkatkan sarana dan prasarana publik sebagai tempat bermain dan bersosialisasi untuk lapisan masyarakat, termasuk anak-anak dan kelompok difabel.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <https://web.padangsidimpunkota.go.id/visi-misi> di akses pada tanggal 22 April 2025

### 3. Demografi Kota Padangsidimpuan

Jumlah penduduk Kota Padangsidimpuan pada tahun 2023 diperkirakan mencapai 236.217 jiwa, dengan luas wilayah sebesar 159,28 km<sup>2</sup> maka kepadatan penduduknya mencapai 1.483 jiwa/km<sup>2</sup>. Kecamatan Padangsidimpuan Utara merupakan kecamatan yang paling tinggi kepadatan penduduknya yang mencapai 4.547 jiwa/km<sup>2</sup> disusul oleh Kecamatan Padangsidimpuan Selatan yang mencapai 3.726 jiwa/km<sup>2</sup>.<sup>3</sup>

### 4. Letak Geografis Kota Padangsidimpuan

Secara astronomis, Kota Padangsidimpuan terletak antara 01018'07''-01028'19'' Lintang Utara dan antara 99018'53'' - 99020'35'' Bujur Timur. Kota Padangsidimpuan terletak dekat garis khatulistiwa sehingga daerah ini beriklim tropis. Berdasarkan Posisi Geografisnya, Kota Padangsidimpuan Memiliki Batas-Batas; Utara – Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkola Barat); Selatan- Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Batang Angkola); Barat – Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkoa Selatan); Timur – Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkola Timur).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik, Kota Padangsidimpuan Dalam Angka 2024, hlm. 49

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik, Kota Padangsidimpuan Dalam Angka 2024, Hlm. 4

## B. Deskripsi Data Penelitian

Hasil analisis karakteristik responden dari 54 responden di Satuan Kerja Perangkat Daerah ASN kota Padangsidempuan:

**Tabel IV.1**  
**Profil Responden ASN Kota Padangsidempuan**

Keterangan	Jumlah	Persentase
<b>Jumlah Sampel</b>	54	100%
<b>Jenis Kelamin :</b>		
Laki-Laki	23	42,59%
Perempuan	31	57,41%
<b>Pendapatan:</b>		
< Rp 1.000.000	-	-
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	18	33,33%
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	24	44,44%
> Rp 5.000.000	12	22,22%

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel IV.1 diatas, diketahui bahwa responden wanita lebih banyak dibandingkan responden pria. Jumlah responden wanita 31 sebanyak orang (57,41%) dan jumlah responden pria sebanyak 23 orang (42,59%). Responden dengan pendapatan lebih kecil dari < Rp 1.000.000 tidak ada, pendapatan Rp Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 18 orang (33,33%), pendapatan Rp Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 24 orang(44,44%) dan pendapatan lebih besar dari > Rp 5.000.000. sebanyak 12 orang (22,22%).

## C. Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada analisis statistik deskriptif memberikan informasi atau gambaran terkait dengan data yang terdiri dari rata-rata (mean). Standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Hasil olahan data mengenai statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.2 Hasil Analisis Deskriptif**

*Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gender (X1)	54	1	2	1.57	0.49
Pendapatan (X2)	54	2	4	2.88	0.74
Religiusitas (X3)	54	11	30	23.5	4.66
Preferensi Metode Pembayaran (Y)	54	2	10	5.28	2.51
Valid N (listwise)	54				

Sumber: data diolah 2025

Hasil analisis deskriptif tersebut dapat diurikan sebagai berikut:

#### a. Gender

Berdasarkan tabel IV.2 hasil uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel X1 memiliki nilai minimum 1 dan nilai maksimum 2, yang menunjukkan bahwa responden terdiri dari dua kategori, yaitu laki-laki dan

perempuan. Nilai mean sebesar 1,57 dan Standar deviasi sebesar 0.49, sehingga nilai mean lebih besar dari Standar deviasi  $1,57 > 0.49$  hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan baik.

b. Pendapatan

Hasil uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel  $X_2$  memiliki nilai minimum 2 dan nilai maksimum 4 dengan mean sebesar 2,88. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pendapatan menengah atas. Nilai mean sebesar 2,88 dan Standar deviasi sebesar 0.74, sehingga nilai mean lebih besar dari Standar deviasi  $2,88 > 0.74$  hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan baik.

c. Religiusitas

Hasil uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel  $X_3$  memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 30 dengan mean sebesar 23,50. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas responden tergolong tinggi. Nilai mean sebesar 23,50 dan Standar deviasi sebesar 4,66 sehingga nilai mean lebih besar dari Standar deviasi  $23,50 > 4,66$  hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan baik.

d. Preferensi Metode Pembayaran

Hasil uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel Y memiliki nilai minimum 2 dan nilai maksimum 10 dengan mean sebesar 5,28. Yang mengindikasikan tingkat preferensi metode pembayaran berada pada kategori sedang hingga tinggi. Nilai mean sebesar 5,28 dan Standar deviasi sebesar 2,51, sehingga nilai mean lebih besar dari Standar deviasi  $5,28 > 2,51$  hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan baik.

**2. Analisis model pengukuran (*outer models*)**

Pengujian *outer models* bertujuan untuk memperifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan kata lain *outer models* mendefinisikan setiap indikator yang berhubungan dengan variabel latennya.

a. Uji validitas

1. *Convergen Validity*

Nilai *convergen validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Convergen validity dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/compound score* dengan *contract score* yang dihitung dengan PLS.<sup>5</sup>

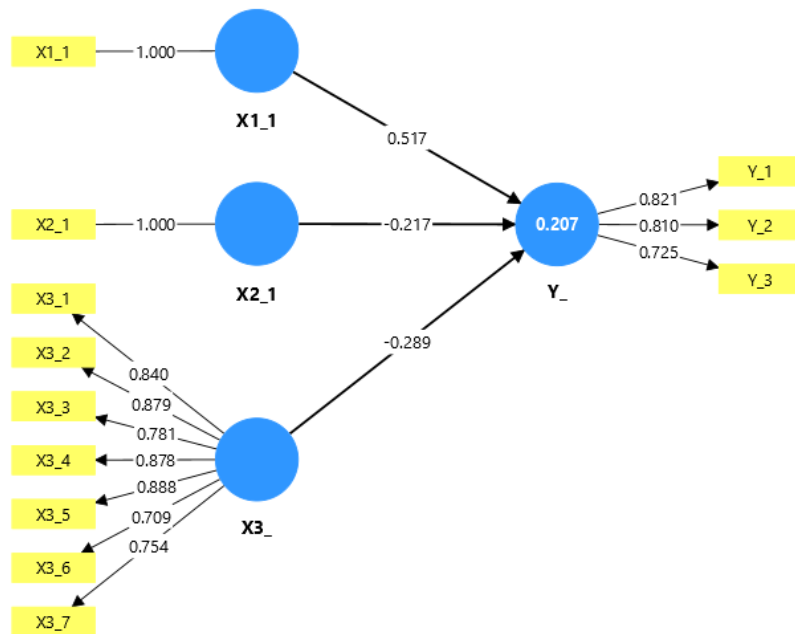
---

<sup>5</sup> Pardomuan Robinson Sihombing, *Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula* (Penerbit : Minhaj Pustaka, 2024), hlm. 2

Indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai diatas 0,70.<sup>6</sup>

Hasil dari desain model dan input data dapat dilihat dari gambar berikut:

**Gambar IV.1 Hasil Desain Model dan Input Data**



**Tabel IV.3 Hasil *OuterLoading***

Kode Item	X1_1	X2_1	X3_	Y_
X1_1	1.000			
X2_1		1.000		
X3_1			0.840	
X3_2			0.879	
X3_3			0.781	

<sup>6</sup> Sofyan Yamin, *Smartpls 3 Smartpls 4 Amos & Stata (Mudah & Praktis)* (Penerbit: PT Dewangga Energi Internasional, 2023), hlm. 25

X3_4			0.878	
X3_5			0.888	
X3_6			0.709	
X3_7			0.754	
Y1_1				0.821
Y1_2				0.810
Y1_3				0.725

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Seluruh variabel telah memiliki kriteria yang telah ditentukan sehingga seluruh variabel sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Pardomuan Robinson Sihombing, *Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula* (Penerbit : Minhaj Pustaka, 2024), hlm. 3



**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji *Discriminan Validity* (*Cross Loading*)**

Kode Item	X1_1	X2_1	X3_	Y_
X1_1	1.000	0.023	-0.095	0.278
X2_1	0.023	1.000	-0.001	-0.211
X3_1	-0.098	-0.254	0.840	-0.324
X3_2	0.017	0.009	0.879	-0.227
X3_3	-0.116	0.125	0.781	-0.276
X3_4	-0.039	-0.026	0.878	-0.160
X3_5	-0.029	0.043	0.888	-0.190
X3_6	-0.109	0.164	0.709	-0.319
X3_7	-0.162	-0.110	0.754	-0.106
Y1_1	0.157	-0.194	-0.251	0.821
Y1_2	0.252	-0.025	-0.370	0.810
Y1_3	0.243	-0.298	-0.101	0.725

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel IV.4, hasil uji menunjukkan bahwa nilai korelasi indikator dengan variabel itu sendiri lebih besar dari pada nilai korelasi indikator dengan variabel lainnya. Maka, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah memiliki *validitas diskriminan* yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner telah memenuhi *rule of thumb discriminant validity*.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil yang sama bila diterapkan pada waktu yang berbeda.<sup>8</sup> Uji Reliabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian.<sup>9</sup> Reliabilitas *instrument* dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *Composite Reliability* diatas 0,70 (reliabel) dan *Average Variance Extracted (Ave)* diatas 0,50 validitas diterima.<sup>10</sup>

**Tabel IV.5**

***Composite Reliability Dan Averag Variance Extracted***

<i>Variable</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted</i>
X3	0.935	0.674
Y	0829	0.619

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat diketahui bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Dimana masing-masing variabel memiliki nilai *Composite reliability* > 0,70 dan nilai *average variance extracted* untuk masing-masing variabel memiliki

---

<sup>8</sup> Karimuddin Abdullah, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Penerbit: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm. 77

<sup>9</sup> Abigail Soesana dkk, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023), hlm 75

<sup>10</sup> Sofyan Yamin, *Smartpls 3 Smartpls 4 Amos & Stata (Mudah & Praktis)* (Penerbit: PT Dewangga Energi Internasional, 2023), hlm. 60

nilai  $> 0,50$  bahwa data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan memiliki model yang sangat baik. Maka, dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini sudah reliabel.

### 3. Analisis Model Struktural (*Inner Models*)

Analisis model struktural (*inner models*) diuji dengan melihat nilai *R-Square* pada variabel laten yang dapat menjelaskan seberapa besar variabel bebas dapat menerangkan terikat pada model.

#### a. *R-Square*

*R-square* merupakan populasi dari nilai variabel yang mempengaruhi (*endogen*) dan dapat dijelaskan oleh variabel yang dipengaruhi (*eksogen*). Hasil *R-square* dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.6 Hasil *R-square* dan *R-square Adjusted***

	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>
Y	0.207	0.160

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Dari hasil uji *R-square* diatas dapat diperoleh nilai *R-square* ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0.207, sedangkan nilai *R-square Adjusted* adalah sebesar 0.160, nilai *R-square* sebesar 0.207 menunjukkan variabel preferensi metode pembayaran dapat dijelaskan oleh variabel gender (X1), variabel pendapatan (X2) dan variabel religiusitas mampu menjelaskan sebesar 20,7% dan sisanya

sebesar 79,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

b. *F-Square*

Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar). Untuk melihat nilai effect size ( $F^2$ ) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.7 Hasil *F-square***

<b>Variabel</b>	<b>Preferensi Metode Pembayaran (Y)</b>
Gender (X1)	0.082
Pendapatan (X2)	0.059
Religiusitas (X3)	0.104

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat diketahui bahwa gender ( $X_1$ ) berpengaruh sebesar 0,082 nilai ini dapat dikategorikan sebagai pengaruh yang kecil, variabel pendapatan ( $X_2$ ) bernilai 0,059 hal ini dapat dikategorikan sebagai pengaruh yang kecil, variabel Religiusitas ( $X_3$ ) 0,104 hal ini dapat dikategorikan sebagai pengaruh yang kecil.

c. *Q-Square*

Setelah menentukan  $R^2$  dan  $f^2$  maka kita juga dapat melihat nilai *Q-square*, hal ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa baik nilai dari observasi yang dihasilkan model dan juga estimasi parameternya. Hasil *Q-square* dapat dilihat sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,207)$$

$$Q^2 = 1 - (0,207)$$

$$Q^2 = 0,207$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka nilai  $Q^2$  sebesar 0,207 artinya besarnya keberagaman dari data penelitian dapat dijelaskan oleh model structural yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebesar 20,7%. Berdasarkan hal ini, model structural pada penelitian telah memiliki *goodness off fit* yang moderat.

d. Kecocokan Model (Model Fit)

**Tabel IV.8**

**Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
<b>NFI</b>	0.724	0.612

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan Tabel IV.8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai NFI berada pada 0.612 yang memiliki kecocokan model yang dapat

dinyatakan cukup baik. Karena memiliki nilai NFI diatas 0.33 (sedang).

#### 4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses statistik yang digunakan untuk mengambil keputusan tentang suatu pernyataan atau klaim yang diajukan mengenai suatu populasi. Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan memberikan bukti yang cukup untuk mendukung atau menolak hipotesis tersebut. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan ke dalam tabel di bawah ini:

**Tabel IV.9 Hasil Uji *Bootsrapping***

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (/O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<b>X1 → Y</b>	0.517	0.498	0.253	2.045	0.041
<b>X2 → Y</b>	-0.217	-0.233	0.158	1.374	0.170
<b>X3 → Y</b>	-0.289	-0.331	0.131	2.202	0.028

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 4

Berdasarkan table IV.9 menyajikan hasil uji *Bootsrapping* yang dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS 4 untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Adapun interpretasi terhadap nilai *Original Sample (O)*, *T-Statistics* dan *P-Value* dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Gender terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Berdasarkan hasil uji *Boostrapping*, diperoleh nilai koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0.517 dengan nilai *t-statistic* sebesar 2.045 dan *p-value* sebesar 0.041. karena nilai *t-statistic*  $> 1.96$  dan *p-value* 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa gender berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam *e-commerce*. Koefisien positif menunjukkan bahwa individu dengan karakteristik gender cenderung lebih memilih metode pembayaran tertentu.

b. Pengaruh Pendapatan terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Untuk variabel pendapatan, diperoleh nilai koefisien sebesar -0.217 dengan nilai *t-statistic* sebesar 1.374 dan *p-value* sebesar 0.170. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap preferensi metode pembayaran tidak signifikan, karena *t-statistic*  $< 1.96$  dan *p-value*  $> 0.05$ . Artinya, perbedaan tingkat pendapatan tidak secara nyata mempengaruhi pilihan metode pembayaran konsumen dalam konteks penelitian ini.

c. Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien sebesar -0.289 dengan *t-statistic* sebesar 2.202 dan *p-value* sebesar 0.028. Nilai *t-statistic*  $> 1.96$  dan *p-value*  $< 0.05$  menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam *e-commerce*. Koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka kecenderungan untuk memilih metode pembayaran tertentu akan menurun dan mengarah pada metode yang lebih sesuai dengan nilai-nilai syariah atau etika religius.

Dalam hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa gender dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam *e-commerce*, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini memperkuat pentingnya mempertimbangkan faktor sosial dan nilai-nilai kepercayaan dalam mengembangkan strategi pembayaran digital yang sesuai dengan karakteristik konsumen.



#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gender, pendapatan dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam *e-commerce*. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) melalui *bootstrapping* pada perangkat lunak SmartPLS 4, diperoleh temuan empiris yang dijelaskan sebagai berikut:

##### a) Pengaruh Gender Terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Hasil ini menunjukkan bahwa gender berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien sebesar 0.517, *t-statistic* sebesar 2.045 dan *p-value* 0.041 ( $< 0.05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan nyata dalam perilaku konsumen berdasarkan gender dalam memilih metode pembayaran saat bertransaksi di *e-commerce*.

Secara teoritis, hal ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shintia Reahel Sitompul, dkk (2024) yaitu ada perbedaan signif pada penggunaan *spaylater* laki-laki dan perempuan. Perempuan lebih sering melakukan pembelian impulsif, temuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin memainkan peran penting dalam bagaimana orang menggunakan dan mengonsumsi layanan *spaylater*.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Shintia Reahel Sitompul, Dkk, "Perbandingan Penggunaan Spaylater Di Kalangan Konsumen Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan", Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan, Volume 2, No. 1, 2024, hlm. 14

b) Pengaruh Pendapatan Terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Variabel Pendapatan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0,217, *t-statistic* 1.374, dan *p-value* 0.170 ( $> 0.05$ ). Artinya, tingkat pendapatan individu tidak memberikan dampak yang cukup kuat terhadap kecenderungan mereka dalam memilih metode pembayaran.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu Verena Deborah, Bambang Sugiarto Dan Fery Wijaya (2023) yang menyatakan bahwa berdasarkan pendapatan, mereka lebih memilih metode pembayaran secara non-digital dibanding dengan digital yaitu *Cash on Delivery* (COD), dan kesimpulan, maka diajukan berbagai saran bagi pengembangan dalam sistem pembayaran digital terhadap *e-commerce*, antara lain sebagai berikut: Minimarket (Alfamart/Indomaret) dan Tranfer Bank melalui ATM dengan total keseluruhan presentase 69%. Serta pembayaran secara digital yaitu *Virtual Account* dan *PayLater* dengan total keseluruhan presentase 31%. Sehingga pendapatan tidak berpengaruh terhadap sistem pembayaran digital terhadap *e-commerce*.<sup>12</sup>

c) Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran

Religiusitas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0.289, nilai *t-statistic* 2.202, dan *p-value* 0.028 ( $< 0.05$ ). Nilai koefisien negatif

---

<sup>12</sup> Varena Deborah, dkk, "Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Tingkat pendidikan, Tingkat Pendapatan Dan Kepemilikan nomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) Terhadap penggunaan Sistem Pembayaran Digital Pada Transaksi E-Commerce", *dalam Accounting cycle Journal*, Volume 4, No. 1, Februari 2023, hlm. 38

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin rendah kecenderungannya memilih metode pembayaran tertentu, khususnya yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah atau etika keagamaan. Dalam Ekonomi Islam, semua aktivitas ekonomi termasuk konsumsi dan transaksi keuangan dilandaskan pada prinsip tauhid, yaitu keyakinan bahwa seluruh perbuatan harus sesuai dengan perintah Allah SWT. Oleh karena itu, seorang Muslim yang religius akan cenderung menghindari metode pembayaran yang mengandung riba (misalnya kartu kredit konvensional atau pinjaman online berbunga). Memilih metode pembayaran yang transparan, halal, dan adil seperti transfer bank syariah, e-wallet syariah, atau COD.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Rizki, Agustina Mutia dan Muhammad Subhan (2023) yaitu Secara Parsial Variabel Religiusitas (X3) Menghasilkan Nilai Nilai Sig  $0,000 < 0,05$  Berarti H2 Diterima. Maka Variabel Religiusitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *E-Money* Pada Mahasiswa UIN STS Jambi.<sup>13</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rishza Wulan Dary, dan M. Pudjiharjo (2022) yang menyatakan bahwa Religiusitas mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan *Spaylater*. Yang berarti bahwa generasi z mempunyai komitmen

---

<sup>13</sup> Muhammad Rizki, dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi", dalam *Journal of Student Research (JSR)*, Volume, 1, No. 4, 2023

terhadap ajaran agama Islam dengan mematuhi syariat Islam dengan menjauhi larangan-Nya.<sup>14</sup>

### Hubungan Antara Teori Ekonomi Islam Dan Hasil Penelitian

#### 1. Gender

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gender berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce. Temuan ini mencerminkan bahwa terdapat perbedaan nyata antara laki-laki dan perempuan dalam memilih metode pembayaran, yang dapat dijelaskan melalui pendekatan teori Ekonomi Islam.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, laki-laki dan perempuan memiliki hak dan kewajiban ekonomi yang setara, namun perbedaan peran sosial dan psikologis tetap diakui sebagai faktor yang memengaruhi perilaku ekonomi. Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 32 menyatakan bahwa: *“Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain...”*

Ayat ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan adalah suatu hal yang wajar dan bagian dari sunnatullah dalam kehidupan. Dalam konteks preferensi metode

---

<sup>14</sup> Riszha Wulan Dary, M. Pudjiharjo, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater”, *Islamic Economics And Finance In Focus*, Volume 1, No. 2, 2022, hlm. 260

pembayaran, laki-laki cenderung memilih metode yang lebih efisien dan cepat seperti e-wallet atau kartu kredit karena mereka sering berada dalam peran sebagai pencari nafkah utama dan lebih akrab dengan teknologi keuangan. Sementara itu, perempuan cenderung memilih metode pembayaran yang lebih aman, terkontrol, dan minim risiko seperti COD atau transfer bank, yang menunjukkan tingkat kehati-hatian dan pertimbangan etis yang lebih tinggi.

Hal ini sejalan dengan prinsip keadilan ('adl) dan keseimbangan (mizan) dalam Ekonomi Islam, di mana setiap individu diharapkan bertindak sesuai peran dan tanggung jawabnya, tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah. Selain itu, perempuan yang lebih selektif dalam memilih metode pembayaran juga dapat mencerminkan tingkat kesadaran religius yang mendorong mereka untuk menghindari transaksi yang mengandung unsur riba atau gharar, seperti dalam penggunaan kartu kredit konvensional.

## 2. Pendapatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce. Artinya, baik responden dengan pendapatan tinggi maupun rendah tidak menunjukkan perbedaan yang berarti dalam pemilihan metode pembayaran. Dalam perspektif Ekonomi Islam, hasil ini dapat dijelaskan melalui beberapa prinsip penting.

a) Konsep Kecukupan (Al-Kifayah) dan Kesederhanaan (Zuhud)

Ekonomi Islam menekankan bahwa konsumsi dan perilaku ekonomi seseorang tidak hanya ditentukan oleh tingkat pendapatan, tetapi lebih pada nilai-nilai spiritual, etika, dan tujuan hidup sebagai hamba Allah. Prinsip *al-kifayah* mengajarkan bahwa yang terpenting adalah tercukupinya kebutuhan pokok secara layak, bukan akumulasi kekayaan yang berlebihan.

Dalam Islam, kekayaan bukan satu-satunya penentu perilaku ekonomi. Rasulullah SAW bersabda: “*Bukanlah kekayaan itu dengan banyaknya harta benda, tetapi kekayaan itu adalah kaya hati.*” (HR. Bukhari dan Muslim)

Dengan demikian, seseorang dengan pendapatan tinggi tidak serta merta akan memilih metode pembayaran yang canggih atau premium (seperti kartu kredit atau paylater), dan seseorang dengan pendapatan rendah juga tetap bisa memilih metode yang praktis seperti e-wallet, selama sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini.

b) Prinsip Tanggung Jawab dan Etika dalam Konsumsi

Ekonomi Islam mendorong agar seluruh bentuk konsumsi, termasuk dalam memilih metode pembayaran, dilakukan secara bertanggung jawab, etis, dan tidak boros (QS. Al-A'raf: 31). Oleh karena itu, metode pembayaran yang dipilih tidak semata-mata

ditentukan oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh kesadaran etis dan kehati-hatian.

c) Kemandirian dan Kesetaraan Ekonomi

Islam mengajarkan bahwa setiap individu bertanggung jawab atas keputusan ekonominya sendiri, terlepas dari tingkat pendapatannya. Tidak ada diskriminasi dalam akses ke transaksi syariah atau metode pembayaran halal.

3. Religiusitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi e-commerce. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memilih metode pembayaran yang dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, temuan ini sangat logis dan relevan, karena nilai-nilai agama (akidah dan syariah) memang menjadi landasan utama dalam menentukan perilaku ekonomi seorang Muslim.

a) Prinsip Tauhid sebagai Landasan Perilaku Ekonomi

Dalam Ekonomi Islam, semua aktivitas ekonomi termasuk konsumsi dan transaksi keuangan dilandaskan pada prinsip tauhid, yaitu keyakinan bahwa seluruh perbuatan harus sesuai dengan

perintah Allah SWT. Oleh karena itu, seorang Muslim yang religius akan cenderung:

- b) Menghindari metode pembayaran yang mengandung riba (misalnya kartu kredit konvensional atau pinjaman online berbunga).
- c) Memilih metode pembayaran yang transparan, halal, dan adil seperti transfer bank syariah, e-wallet syariah, atau COD.
- d) Hal ini sejalan dengan pendekatan normatif Ekonomi Islam, bahwa perilaku ekonomi tidak semata-mata didorong oleh keuntungan, tetapi juga oleh nilai ketaatan dan kepatuhan terhadap aturan syariah.
- e) Larangan Riba, Gharar, dan Maysir

Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi biasanya sangat menghindari riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Oleh karena itu, preferensi terhadap metode pembayaran akan sangat selektif.

Misalnya, mereka lebih memilih metode pembayaran tunai atau transfer langsung daripada menggunakan sistem cicilan berbunga atau paylater yang mengandung unsur riba. Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 275: "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...".



f) Kesadaran Spiritual dalam Konsumsi

Menurut teori etika konsumsi Islam, konsumen yang religius akan mempertimbangkan aspek halal, keadilan, dan keberkahan dalam setiap keputusan ekonominya. Ini termasuk cara pembayaran yang dipilih saat berbelanja online.

- 1 Kesadaran ini mendorong pemilihan metode pembayaran yang:
- 2 Tidak menyulitkan atau menzalimi penjual maupun pembeli.
- 3 Tidak menimbulkan hutang berbunga.
- 4 Menggunakan platform yang sesuai prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan prinsip maslahah (kemanfaatan) dan la dharara wa la dhirar (tidak boleh membahayakan dan merugikan orang lain).

**E. Keterbatasan Penelitian**

Selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini peneliti menghadapi berbagai keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 54 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan jawaban jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diberikan,
3. Keterbatasan variabel independen yang hanya 3 yaitu : gender, pendapatan dan religiusitas.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, serta penjelasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh gender, pendapatan dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil ini menunjukkan bahwa gender berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien sebesar 0.517, *t-statistic* sebesar 2.045 dan *p-value* 0.041 ( $< 0.05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan nyata dalam perilaku konsumen berdasarkan gender dalam memilih metode pembayaran saat bertransaksi di *e-commerce*.
2. Variabel Pendapatan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0,217, *t-statistic* 1.374, dan *p-value* 0.170 ( $> 0.05$ ). Artinya, tingkat pendapatan individu tidak memberikan dampak yang cukup kuat terhadap kecenderungan mereka dalam memilih metode pembayaran.
3. Religiusitas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi metode pembayaran, dengan nilai koefisien -0.289, nilai *t-statistic* 2.202, dan *p-value* 0.028 ( $< 0.05$ ). Nilai koefisien negatif

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin rendah kecenderungannya memilih metode pembayaran tertentu, khususnya yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah atau etika keagamaan, seperti penggunaan kartu kredit yang mengandung unsur bunga (riba), mereka lebih memilih metode yang sesuai dengan prinsip syariah.

## **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### **1. Implikasi Teoritis**

#### **a. Memperkuat teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*)**

Temuan bahwa gender dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi metode pembayaran memperkuat pendekatan dalam teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa faktor demografis dan psikografis mempengaruhi keputusan pembelian dan perilaku keuangan.

### **2. Implikasi Praktis**

#### **a. Pelaku *e-commerce* dapat menyesuaikan fitur metode pembayaran pembayaran berdasarkan gender, misalkan menonjolkan kemudahan dan keamanan untuk segmen perempuan.**

#### **b. Pengembangan *fintech* dan *e-commerce* sebaiknya menyediakan layanan pembayaran syariah untuk menjawab kebutuhan pengguna dengan religiusitas tinggi.**

### C. Saran

#### 1. Bagi Pelaku *E-Commerce*

Disarankan untuk menyediakan berbagai opsi metode pembayaran yang inklusif, baik dari sisi kemudahan teknis maupun dari sisi religiusitas. Penyediaan opsi seperti *e-wallet* syariah, rekening bank syariah serta transparansi biaya transaksi dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen yang memiliki tingkat religiusitas tinggi.

#### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada variabel gender, pendapatan, dan religiusitas. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan digital, kepercayaan terhadap sistem pembayaran atau pengaruh promosi dan *cashback* dalam membentuk preferensi konsumen. Selain itu cakupan wilayah responden dapat diperluas agar hasilnya lebih representatif secara nasional

## DAFTAR PUSTAKA

- Apji, (7 Februari 2024), Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Abubakar, R., (2021), *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : SUKA Press UIN Sunan Kalijaga)
- Aglis, A. H., Slamet, R., (2020), *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish)
- Aziz A., dkk, (2020), *E-Perilaku Gaya Hidup Konsumen* (Cirebon : CV. Elsi Pro)
- Abdullah, K., dkk, (2021), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini)
- Alwi, S, (2014), *Perkembangan Religiusitas Remaja*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara)
- Ramadhan Anggia, dkk, (2023), *TEORI PENDAPATAN* (Penerbit : Tahta Media Grup)
- Aditya, A. I., (2021), Digital Payment: Perspektif Gender Dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital, *dalam Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika*, Volume 18, No. 1
- Asja, H. J., dkk, (2022), Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater*, *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Manajemen*, Volume 2, No.4
- Arlene, H. H., Yayan, O., (2024), Analisis Faktor Psikologis Minat Mahasiswa Terhadap Program Magang Kampus Merdeka Menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Square, *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, Volume 20, No. 2
- Badan Pusat Statistik, Kota Padangsidempuan Dalam Angka, (2024)
- Deborah, V., dkk, (2023), Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Tingkat pendidikan, Tingkat Pendapatan Dan Kepemilikan nomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) Terhadap penggunaan Sistem Pembayaran Digital Pada Transaksi E-Commerce, *dalam Accounting cycle Journal*, Volume 4, No. 1

Data Indonesia, (24 September 2024), Survei : Mayoritas Masyarakat Indonesia Anggap Dirinya Religius, <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-anggap-dirinya-religius>

Departemen Agama RI, (2019), Al-Quran dan Terjemahnya

Ernawati, Veronica, A., dkk, (2022) Metodologi Penelitian Kuantitatif (Padang : PT Global Eksekutif Teknologi)

Fadjarajani, (2020), *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner* (Gorontalo : Ideas Publishing)

Fatmawatie, N., (2022), *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif* (Kediri : Iain Kediri Press)

Fadhila, F., dkk, (2020), Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater, Dalam Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), Volume 1, No. 2

Fiqri, M., dkk, (2022) “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace Terbaik Menggunakan Metode AHP Pada Kelurahan Gunung Batu”, Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer, Volume 2, No. 2

Ghodang, H., (2020), *Path Analysis (Analisis Jalur)* (Mitra Grup)

Handayani, (2021), Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping”, *dalam UG Jurnal*, Volume, 15, No. 4

Hilman, C., (2021), *E-Commerce Merupakan Sarana Penjualan Online Pada Toko Semesta Kota Tasikmlaya*, Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik, Vol 2 No. 1

Hera, K., Ayatulloh, M. M., dkk, (2022), Konsep Dasar *Structural Equation Model-Partial Least Square* (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls (Pascal Books)

Hayati, H., (8 Agustus 2024), *Distribusi metode pembayaran e-commerce di Indonesia pada tahun 2023*, <https://www.statista.com/statistics/895544/e-commerce-payment-methods-indonesia/>

<https://web.padangsidimpuankota.go.id/visi-misi> di akses pada tanggal 22 April 2025

Idn Times, (24 September 2024), Orang Kaya Lebih Suka Pakai Kartu Kredit? Ini Sebabnya, <https://www.idntimes.com/business/finance/trio-hamdani/orang-kaya-lebih-suka-pakai-kartu-kredit-ini-alasannya>

- Irwan, M., Hanifa, Z., (2023), Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Kota Pariaman, *dalam Jurnal Economic Development*, Volume, 1, No. 1
- Jazila, Nur, N., (2020), Pengaruh Perbedaan Komitmen Organisasi Ditinjau Dari Gender Terhadap Turnover Labour Pada Ud. Klinik Laptop Paiton, *E-Jurnal Riset Manajemen*
- Machali, I., (2021), Metode Penelitian Kuantitatif (Yogyakarta : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga)
- Mutmainah, Mintarti, I., (2024), *Analisis Data Kuantitatif* (Klaten : Lakeisha)
- Monica, Y., (2021), Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang), *Dalam Jurnal Ilmiah*
- Marwiyah, S. L., (2023), Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap *Online Shopping* Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 9, No.3
- M. Pudjiharjo, Rishza W. D., (2022), Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater, *Islamic Economics And Finance In Focus*, Volume 1, No. 2
- Nurman, S. F., Dina, M. R., (2022), Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi, *Journal Of Development Economic And Social Studies*, Volume 1, No. 4
- Nugraha, J, P, Dkk, (2021), Teori Perilaku Konsumen, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management)
- Pering, A. A., (2020), Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0, *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, Volume, 3, No. 2
- Rosdiana, dkk, (2023), Gender dan Kesehatan (Purbalingga : Eureka media aksara)
- Ramadhani, A. N., (2022), Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam, *Dalam Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume, 15, No. 1
- Rizki, M., dkk, (2023), Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi, *Dalam Journal of Student Research (JSR)*, Volume 1, No. 4

- Rasyid, F., (2022), Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Yogyakarta : IAIN Kediri Press)
- Sahir, S. H., (2021), Metodologi Penelitian (Jogjakarta : KBM Indonesia)
- Soesana, A., dkk, (2023), Metodologi penelitian Kuantitatif (Medan : Yayasan Kita Menulis)
- Senjaya, S., (2021) Studi Perbedaan Persepsi Pada Pria Dan Wanita Mengenai Transaksi Online Di Kalangan Mahasiswa, Dalam *Jurnal Of Accounting And Business Studie*, Volume 6, No. 1
- Souisa, W., (2023), Pengaruh Gender Dalam Menggunakan *Mobile Payment*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Volume 6, No. 1
- Sitompul, S. R., (2024), Perbandingan Penggunaan Spaylater Di Kalangan Konsumen Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan, Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan, Volume 2, No. 1
- Sihombing, P. R., (2024), Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula (Minhaj Pustaka)
- Sugianto, dkk, (2021), Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli, Jurnal Informatika Kesatuan, Volume 1, No. 1
- Sunarsi, D., Priadana, H. M, S., (2021), Metode Penelitian Kuantitatif (Tangerang : Pascal Books)
- Suyono, Mazroatun, N., (2025), Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Shoope Live, *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Volume 5, No. 1
- Setiabudhi H., dkk, (2025), Analisis Data Kuantitatif dengan Smart PLS4 (Borneo novelty Publishing)
- Wardhana, A., dkk, (2022), Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi), (Bandung: Media Sains Indonesia)
- Widodo, S., dkk, (2023), Buku Ajar Metode Penelitian (CV Science Techno Direct)
- Wiratno, S., (2022), Perilaku Konsumen *E-Commerce* Indonesia, <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2022/05/kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022>



Yamin, S., (2023), *Smartpls 3 Smartpls 4 Amos & Stata (Mudah & Praktis)*, (PT Dewangga Energi Internasional)

Yuhana, Dedy, S., dkk, (2024), Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model, *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, No. 01

Zuriatin, N., (2020), Gender Dan Kajian Teori Tentang Wanita, *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Volume 6, No. 1

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama	: Selvi Harisma Rangkuti
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	: Sayurmasinggi, 05 Juni 2002
Anak ke	: 2 dari 3 bersaudara
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat	: Sayurmasinggi
Telepon/Hp	: 082163956068
E-mail	: <a href="mailto:selviharisma@gmail.com">selviharisma@gmail.com</a>

### **DATA ORANGTUA/WALI**

Nama Ayah	: Hendra Rangkuti
Nama Ibu	: Nisma Lubis
Alamat	: Sayurmasinggi

### **Latar Belakang Pendidikan**

Tahun (2008-2013)	: SDN 102080 Sayurmasinggi
Tahun (2013-2016)	: SMPN 1 Sayurmasinggi
Tahun (2016-2020)	: SMAN 1 Batang Angkola
Tahun (2020-sekarang)	: UIN Syahada Padangsidempuan

## Lampiran 1

### SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Arif, M.A

NIP : 199501142022031003

Telah memberikan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi *E-Commerce*”.

Yang disusun oleh:

Nama : Selvi Harisma Rangkuti

Nim : 2040200009

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. ....
2. ....
3. ....

Dengan harapan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Februari 2025

Validator

**Muhammad Arif, M.A**

**NIP. 199501142022031003**

## LEMBAR VALIDASI

### ANGKET PREFERENSI METODE PEMBAYARAN (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pilihan Metode Pembayaran	1			
Alasan Preferensi Metode Pembayaran	2, 3			

Catatan:

.....  
.....

Padangsidempuan, Februari 2025

Validator

**Muhammad Arif, M.A**  
**NIP. 199501142022031003**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET GENDER (X1)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Jenis Kelamin; laki-laki dan perempuan	1			

Catatan:

.....  
.....

Padangsidempuan,    Februari 2025

Validator

**Muhammad Arif, M.A**  
**NIP. 199501142022031003**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET PENDAPATAN (X2)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kategori Pendapatan	2			

Catatan:

.....  
.....

Padangsidempuan,    Februari 2025

Validator

**Muhammad Arif, M.A**  
**NIP. 199501142022031003**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET RELIGIUSITAS (X3)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Tingkat Religiusitas	1			
Kepatuhan Terhadap Prinsip Syariah	2			
Sikap Terhadap Transaksi Yang Mengandung Unsur Ketidakpastian	3			
Kepercayaan Terhadap Keamanan Transaksi sesuai dengan syariah	4, 5			
Kesesuaian dengan prinsip syariah dalam hal riba dan bunga	6, 7			

Catatan:

.....  
.....

Padangsidempuan,    Februari 2025

Validator

**Muhammad Arif, M.A**  
**NIP. 199501142022031003**

## Lampiran 2

### ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth :

Konsumen di kalangan ASN kota Padangsidempuan.

*Assalamu 'alaikum, Wr.Wb.*

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang **“Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce”**, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/ibu ASN kota Padangsidempuan untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi Bapak/ibu ASN kota Padangsidempuan berikan dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Padangsidempuan, 2025

**Selvi Harisma Rangkuti**  
**NIM. 20 402 00009**



## KUESIONER PENELITIAN

### "Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Religiusitas terhadap Preferensi Metode Pembayaran dalam Transaksi E-Commerce"

#### Identitas Responden

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi bagian yang sudah tersedia:

Nama :

Instansi :

#### Petunjuk Pengisian:

1. Kuesioner ini bertujuan untuk meneliti pengaruh gender, pendapatan, dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*
2. Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah sesuai dengan kondisi dan pengalaman Anda.
3. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
4. Semua data yang diberikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk penelitian.

---

#### Bagian I: Data Demografi

##### 1. Jenis Kelamin:

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

##### 2. Pendapatan Bulanan (Rp):

☐ < 1.000.000

☐ 1.000.000 - 3.000.000

☐ 3.000.000 - 5.000.000

☐ > 5.000.000

**3. Apakah Anda pernah melakukan transaksi e-commerce dalam 3 bulan terakhir?**

- ☐ Ya  
☐ Tidak
- 

**Bagian II: Preferensi Metode Pembayaran**

**1. Metode pembayaran apa yang paling sering Anda gunakan saat berbelanja di e-commerce?**

- ☐ Transfer Bank  
☐ Kartu Kredit  
☐ E-Wallet (GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dll.)  
☐ COD (Cash on Delivery)  
☐ PayLater (Cicilan Tanpa Kartu Kredit)

**2. Mengapa Anda memilih metode pembayaran tersebut?**

- ☐ Mudah dan Praktis  
☐ Aman dan Terpercaya  
☐ Sesuai dengan Prinsip Keuangan Syariah  
☐ Memiliki Promo atau Cashback  
☐ Tidak Memerlukan Rekening Bank

**3. Seberapa sering Anda menggunakan metode pembayaran tersebut?**

- ☐ Jarang (Hanya dalam kondisi tertentu)  
☐ Kadang-kadang (Kurang dari 50% transaksi)  
☐ Sering (Lebih dari 50% transaksi)  
☐ Selalu (Setiap kali transaksi)
- 

**Bagian III: Religiusitas**

Gunakan skala **1-5**, di mana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,  
2 = Tidak Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya memilih metode pembayaran yang sesuai dengan ajaran agama saya.					
2	Saya mempertimbangkan aspek keagamaan dalam setiap keputusan keuangan saya, termasuk pembayaran e-commerce.					
3	Saya percaya bahwa menghindari transaksi yang mengandung ketidakpastian akan membawa keberkahan dalam transaksi saya.					
4	Saya merasa tenang jika transaksi saya sesuai dengan prinsip Islam.					
5	Saya lebih nyaman menggunakan metode pembayaran yang berbasis syariah.					
6	Saya menghindari layanan keuangan berbunga dalam transaksi online.					
7	Saya menghindari transaksi yang mengandung unsur riba.					

---

### Penutup

Terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Data Anda akan membantu dalam penelitian tentang pengaruh gender, pendapatan, dan religiusitas terhadap preferensi metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce*.

---

### Lampiran 3

#### Tabulasi Data

X1_1	X2_1	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	Y_1	Y_2	Y_3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
2	3	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4
2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
2	3	1	2	4	1	1	2	1	3	3	3
1	3	4	3	2	4	2	3	3	2	2	2
2	3	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2
2	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4
2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	4
2	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	4
2	2	5	5	4	5	5	5	5	4	1	4
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1
1	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1
1	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
1	3	4	4	5	4	4	4	5	1	1	2
2	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2
2	3	4	4	5	5	5	4	4	5	1	2
1	4	5	5	5	5	5	5	4	1	1	2
2	4	3	3	4	3	3	3	3	1	1	2
2	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
1	3	4	4	5	4	4	3	5	4	1	3
2	3	5	5	5	5	5	3	4	4	1	3
2	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	2
2	4	3	5	4	4	4	3	4	3	1	3
2	3	5	5	5	5	5	3	5	1	1	3
2	3	4	5	4	4	4	3	4	1	1	2
2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4
1	4	4	4	5	4	4	3	4	1	1	3
1	3	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3
1	3	5	4	4	4	4	3	4	1	1	3
1	3	3	3	3	4	4	3	4	1	1	4
2	4	3	3	4	3	4	3	3	1	1	1
1	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4
2	3	4	4	4	4	4	3	1	2	2	4
2	3	4	4	4	4	4	3	5	2	2	2
1	4	1	1	4	4	4	3	4	4	2	3

2	4	3	5	5	5	5	3	4	4	2	4
1	3	5	4	4	4	4	3	4	1	1	2
1	3	4	4	4	4	4	3	4	1	1	3
2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4
2	2	5	4	4	5	4	3	4	4	1	3
2	2	4	3	3	4	4	3	5	4	2	3
1	2	5	5	5	5	4	3	4	3	1	3
2	2	5	4	4	5	5	3	5	2	2	4
1	2	5	5	5	5	5	3	5	4	2	2
2	2	4	3	3	3	3	3	5	4	5	3
1	2	5	4	5	5	4	3	5	1	1	1
1	2	3	3	4	4	4	3	4	3	5	4
1	2	4	3	2	1	2	3	2	3	1	1
1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	1	4
2	2	5	5	5	5	5	3	5	2	2	4
1	2	5	5	5	5	5	3	5	4	2	4
2	2	5	5	4	5	4	3	4	1	1	4

## Lampiran 4

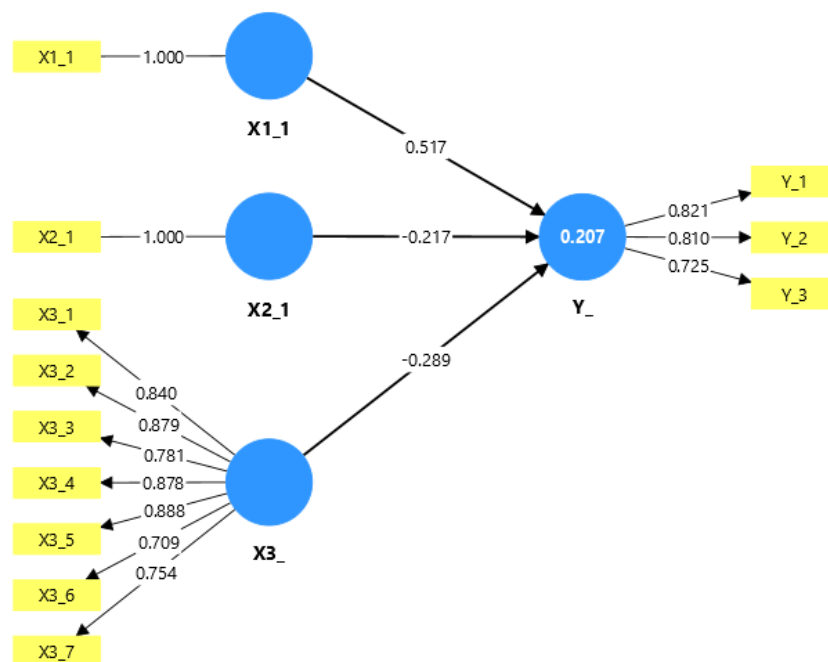
### HASIL Uji SmartPLS

#### Hasil Analisis Deskriptif

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	54	1	2	1.57	0.49
X2	54	2	4	2.88	0.74
X3	54	11	30	23.5	4.66
Y	54	2	10	5.28	2.51
Valid N (listwise)	54				

#### Hasil Desain Model dan Input Data



### Hasil *OuterLoading I*

Kode Item	X1_1	X2_1	X3_	Y_
X1_1	1.000			
X2_1		1.000		
X3_1			0.840	
X3_2			0.879	
X3_3			0.781	
X3_4			0.878	
X3_5			0.888	
X3_6			0.709	
X3_7			0.754	
Y1_1				0.821
Y1_2				0.810
Y1_3				0.725

### Hasil Uji *Discriminan Validity (Cross Loading)*

Kode Item	X1_1	X2_1	X3_	Y_
X1_1	1.000	0.023	-0.095	0.278
X2_1	0.023	1.000	-0.001	-0.211
X3_1	-0.098	-0.254	0.840	-0.324
X3_2	0.017	0.009	0.879	-0.227
X3_3	-0.116	0.125	0.781	-0.276
X3_4	-0.039	-0.026	0.878	-0.160
X3_5	-0.029	0.043	0.888	-0.190
X3_6	-0.109	0.164	0.709	-0.319
X3_7	-0.162	-0.110	0.754	-0.106
Y1_1	0.157	-0.194	-0.251	0.821

Y1_2	0.252	-0.025	-0.370	0.810
Y1_3	0.243	-0.298	-0.101	0.725

***Composite Reliability Dan Average Variance Extracted***

<b><i>Variable</i></b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b><i>Average Variance Extracted</i></b>
X3	0.935	0.674
Y	0.829	0.619

***Hasil R-square dan R-square Adjusted***

	<b><i>R-square</i></b>	<b><i>R-square Adjusted</i></b>
Y	0.207	0.160

***Hasil F-square***

<b>Variabel</b>	<b>Preferensi Metode Pembayaran (Y)</b>
Gender (X1)	0.082
Pendapatan (X2)	0.059
Religiusitas (X3)	0.104

**Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
<b>NFI</b>	0.724	0.612



**Hasil Uji *Bootsrapping***

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<b>X1 → Y</b>	0.517	0.498	0.253	2.045	0.041
<b>X2 → Y</b>	-0.217	-0.233	0.158	1.374	0.170
<b>X3 → Y</b>	-0.289	-0.331	0.131	2.202	0.028

## DOKUMENTASI













KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 575 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/02/2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran :-  
Hal : Mohon Izin Riset

26 Februari 2025

Yth; Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Padangsidempuan.  
Di Tempat

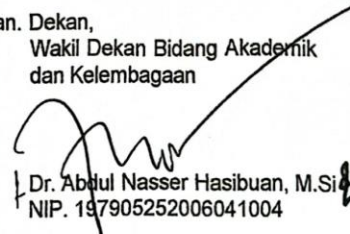
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Selvi Harisma Rangkuti  
NIM : 2040200009  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Gender, Pendapatan, dan Regiliusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam Transaksi E-Commerce**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP. 197905252006041004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla





**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDMPUAN**  
**DINAS LINGKUNGAN HIDUP**  
Jalan. Sutan Sori Pada Mulia No. 16 Telp.(0634)7366229, Fax.736629

Padangsidempuan, 5 Maret 2025

Nomor : 000.06 / 40 / 2025  
Sifat : -  
Lampiran : -  
Perihal : Surat Balasan Izin Riset

Yth, Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Padangsidempuan

Menindak lanjuti surat Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan UIN  
SYAHADA PADANGSIDIMPUAN Nomor : 575/Un,28/G.1/G.4c/TL.00.9/02/2025 Tanggal  
26 Februari 2025, Perihal Mohon Izin Riset.

Nama : Selvi Harisma Rangkuti  
Nim : 2040200009  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, Dengan ini kami sampaikan bahwasanya  
Mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan kuesioner atau tanya jawab tentang Pengaruh  
Gender, Pendapatan, dan Religiusitas Terhadap Preferensi Metode Pembayaran Dalam  
Transaksi *E-Commerce*.

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya, dan atas perhatiannya  
diucapkan terima kasih.

Kepala Dinas Lingkungan Hidup  
Kota Padangsidempuan,

Ir. ARMIN

NIP. 196804091997031003