

**PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MELALUI
CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

RANDY HUSEYN LUBIS

NIM: 2040100002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MELALUI
CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

RANDY HUSEYN LUBIS

NIM: 2040100002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MELALUI
CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

RANDY HUSEYN LUBIS

NIM: 2040100002

PEMBIMBING I

**Muhammad Isa, M.M.
NIP.198006052011011003**

PEMBIMBING II

**Putri Bunga Meiliana Daulay, M.Si
NIDN.2021059601**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal: Lampiran Skripsi
A.n. Randy Huseyn Lubis

Padangsidimpuan, 10 -06- 2025

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Randy Huseyn Lubis** yang berjudul "**Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsuntif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Muhammad Isa, M.M.
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II



Putri Bunga Meiliana Daulay, M.Si
NIDN. 20211059601

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Randy Huseyn Lubis

NIM : 20 401 00002

Program Studi : Pebankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif
Melalui Cashless Transaction Behavior sebagai Variabel
Mediasi**

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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Nomor 341 Tahun 2023 Pasal 14 Ayat 12.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum Nomor 341 Tahun 2023 Pasal 14 Ayat 12 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 10 juni 2025

Saya Yang Menyatakan,



RANDY HUSEYN LUBIS
NIM. 20 401 00002

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

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Randy Huseyn Lubis
NIM : 20 401 00002
Program Studi : Perbankan 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 Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi”. Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. 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 : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 10 ,Juni 2025
Saya yang menyatakan,



**RANDY HUSEYN LUBIS
NIM. 20 401 00002**



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 : Randy Huseyn Lubis
NIM : 20 401 00002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Cashless Transaction Behavior* Sebagai variable Mediasi

Ketua

Dr. Rukiah, SE, M.Si
NIDN. 2024037601

Dr. Rukiah, SE, M.Si
NIDN. 2024037601

Samsuddin Muhammad, M.Si
NIDN. 0105128603

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu/ 18 juni 2025
Pukul : 08.15 WIB s/d 10.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72, 5 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3.49
Predikat : Sangat Memuaskan

Sekretaris

Muhammad Isa, ST, M.M
NIDN. 2005068002

Anggota

Muhammad Isa, ST, M.M
NIDN. 2005068002

Indah Sari, ME
NIDN. 2025049403



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 Sibitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

- Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Cashless Transaction Behavior* Sebagai variable Mediasi
- Nama : Randy Huseyn Lubis
- NIM : 20 401 00002

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah



ABSTRAK

Nama : Randy Huseyn Lubis
NIM : 2040100002
Judul : Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Cashless Transaction Behavior* Sebagai Variabel Mediasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif dengan cashless transaction behavior sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini adalah fenomena meningkatnya penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa yang diduga berdampak pada perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel sebanyak 58 mahasiswa Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, serta analisis mediasi dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital payment berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta terhadap cashless transaction behavior. Selain itu, cashless transaction behavior juga terbukti memediasi pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 88,4%, penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan transaksi digital berkontribusi besar terhadap peningkatan konsumsi di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Digital Payment, Perilaku Konsumtif, *Cashless Transaction Behavior*, Mahasiswa

ABSTRAK

Name : Randy Huseyn Lubis
Reg. Number : 2040100002
Thesis Title : The Effect of Digital Payment on Consumptive Behavior through Cashless Transaction Behavior as a Mediation Variable

This study aims to determine the influence of digital payments on consumptive behavior with cashless transaction behavior as a mediation variable. The background of this research is the phenomenon of increasing the use of digital payments among students which is suspected to have an impact on consumptive behavior. This study uses a quantitative approach with a survey method. A sample of 58 students of the Sharia Banking Study Program FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan was selected through purposive sampling techniques. Data collection was carried out through questionnaires, and data analysis using validity, reliability, multiple linear regression, and mediation analysis with the help of the SmartPLS application. The results of the study show that digital payments have a significant effect on consumptive behavior, as well as on cashless transaction behavior. In addition, cashless transaction behavior has also been proven to mediate the influence of digital payments on student consumptive behavior. With a determination coefficient value of 88,4%, this study concludes that the ease of digital transactions contributes greatly to the increase in consumption among students.

Keywords: **Digital Payment, Consumptive Behavior, Cashless Transaction Behavior, Students**

ملخص البحث

الاسم : راندي حسين لوبيس
رقم التسجيل : ٢٠٤٠١٠٠٠٢

عنوان البحث : تأثير الدفع الرقمي على السلوك الاستهلاكي من خلال سلوك المعاملات غير النقدية
كمتغير وسيط

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الدفع الرقمي على السلوك الاستهلاكي مع سلوك المعاملات غير النقدية كمتغير وسيط. وتمثل خلفية هذا البحث في ظاهرة تزايد استخدام المدفوعات الرقمية بين الطلاب، والتي يعتقد أن لها تأثيراً على السلوك الاستهلاكي. يستخدم هذا البحث منهاجاً كميّاً باستخدام أسلوب المسح. وقد تم اختيار عينة مكونة من ٥٨ طالباً من طلاب برنامج دراسة الصيرفة الشرعية بكلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية في جامعة سيهادا بادانغسيدمبوان من خلال أسلوب أخذ العينات الانتقائي. تم جمع البيانات من خلال الاستبيانات وتحليل البيانات باستخدام أسلوب الصلاحية والموثوقية والانحدار الخطي المتعدد وتحليل الوساطة بمساعدة تطبيق المربع الأصغر الجزئي الذكي. أظهرت النتائج أن الدفع الرقمي له تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي، وكذلك على سلوك المعاملات غير النقدية. وبالإضافة إلى ذلك، ثبت أيضاً أن سلوك المعاملات غير النقدية يتوسط تأثير الدفع الرقمي على السلوك الاستهلاكي للطلاب. ويعامل تحديد قدره ١٧٥٪، تخلص هذه الدراسة إلى أن سهولة المعاملات الرقمية تسهم بشكل كبير في زيادة الاستهلاك بين الطلاب.

الكلمات المفتاحية: الدفع الرقمي، السلوك الاستهلاكي، سلوك المعاملات غير النقدية، طلاب الجامعات

KATA PENGANTAR



As-salāmu 'alaykum wa-raḥmatu-llāhi wa-barakātuh

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Ṣalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, madīnatul „ilmi, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof.Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak 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 UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Muhammad Isa, M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Putri Bunga Meiliana Daulay selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
7. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.
8. Penghargaan teristimewa dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada ayahanda (Sulhan Lubis) dan ibunda (Masitoh Dalimunthe) tercinta yang paling berjasa dalam hidup peneliti, yang mendidik dan selalu berdo“a tiada hentinya untuk kelancaran dan kemudahan hidup peneliti, yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan anak anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada Ayah dan Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya,
9. Teruntuk Kepada Saudara Kandung Saya Pandapotan Lubis Dan Salsabila Agustina Lubis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, selalu bersedia menjadi tempat bercerita serta berkeluh kesah, selalu membantu,

memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti Rizki Amanda Siregar Dan Umar Fernando Siregar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, selalu membantu, memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah PS 1 mahasiswa Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan terimakasih juga kepada keluarga besar SEMA FEBI, dan HMI Koms. Ekonomi, serta kawan-kawan se- KKL 49, serta teman magang saya dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesaiya skripsi ini

Was-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidimpuan, Mei 2025
Peneliti,

RANDY HUSEYN LUBIS
NIM. 20 401 00002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kh dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	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	e (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	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
ه	Ha	H	Haw
ء	Hamza	..’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

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

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..... ي °	fathah dan ya	Ai	A dan i
و °	fathah dan wau	Au	A dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
....!— ..ػ..—	<i>fathah dan alif atau ya</i>	-	a dan garis di atas
...ػ..— ..	<i>kasrah dan ya</i>	-	i dan garis di bawah
....ػ	<i>dommah dan wau</i>	-	u dan garis di atas

C. *Ta Marbuta*

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta marbutah* hidup yaitu *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta marbutah* mati yaitu *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tsaydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan 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: ↖ !. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata

sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. *Hamzah*

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fī'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui 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 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 takterpisahkan dengan ilmu *Tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

BERITA ACARA MUNAQASAH

LEMBAR PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------------	---

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Definisi Operasional Variabel.....	5
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II LANDASAN TEORI	10
------------------------------------	----

A. Kajian Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir	27
D. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
---------------------------------------	----

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian	29
1. Populasi dan Sampel	29
a. Populasi.....	29
b. Sampel.....	30
2. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
a. Wawancara.....	32
b. Dokumentasi	32
c. Angket (Kuesioner)	32
d. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
---	----

A. Gambaran Umum.....	36
B. Deskripsi Data Penelitian	42
C. Analisis Data	44

D. Pembahasan Hasil Penelitian	56
E. Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel	5
Tabel III.1 Skala Likert	33
Tabel IV.1 Jumlah Responden	44
Tabel IV.2 Karakteristik responden berdasarkan NIM	44
Tabel IV.3 Hasil Penilaian responden terhadap variable digital payment	45
Tabel IV.4 Hasil responden terhadap Variabel Perilaku Konsumtif	47
Tabel IV.5 Hasil responden terhadap Variabel Cashless Transaction	48
Tabel IV.7 Hasil uji validitas konvergen payment.....	49
Tabel IV.8 Hasil uji validitas konvergen konsumtif	50
Tabel IV.9 Hasil uji validitas konvergen cashless.....	51
Tabel IV.10 Hasil uji AVE.....	51
Tabel IV.11 Hasil uji validitas diskriminan	53
Tabel IV.12 Hasil uji composide realibility	54
Tabel IV. 13 Hasil uji R square Adjusted.....	55
Tabel IV.14 Hasil uji statstik.....	56

Daftar Gambar

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar IV.1 Hasil Loading factor seluruh variable	52
Gambar IV.2 Hasil uji <i>bootstrapping</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 dokumentasi

Lampiran 4 Biodata Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah digantikan oleh mesin-mesin otomatis. Serta memberikan manusia dalam perubahan hal berfikir, hidup, dan cara berinteraksi dengan mahluk sosial lainnya. Hampir semua sisi kehidupan manusia telah disentuh oleh berbagai efek perkembangan teknologi. Salah satunya yaitu sektor ekonomi yang membutuhkan dan mendapatkan sentuhan teknologi.¹

Sistem pembayaran merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan, yang semula menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau yang sering yang kita dengar yaitu *digital payment*. Menurut peraturan bank Indonesia dalam berbentuk uang elektronik. Uang Elektronik merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana dilihat uang elektronik akan berkembang sebesar nilai transaksi.

Perilaku konsumtif yakni kecenderungan seseorang berperilaku konsumtif yang membeli sesuatu. Akibatnya mereka membelanjakan uangnya dengan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang yang dianggap sebagai sistem

¹ Amsal Bahtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: PT. GrafindoPersada, 2012, h 70

keistimewan.² Perilaku konsumtif akan membuat pengeluaran menjadi tidak terkendali, dengan perkembangan internet yang memadai, misalnya membeli barang, layanan pesan pesan antar penawaran promo dan *cashback* sehingga banyak yang tertarik mengunakannya.

Mahasiswa perbankan syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SYAHADA sebagai objek penelitian, setidaknya teori-teori konsumsi baik secara islami ataupun konvensional dari mata kuliah yang ditempuh yang tentunya banyak pengalaman dan pengetahuan. Seharusnya mereka memiliki kesadaran dalam mengelolah keuangan dan lebih mampu dan mengimplementasikan pendidikan yang telah diperoleh selama kuliah, perlahal konsumsi, Rasuluullah saw berhati-hati dan membatasi diri agar apa yang ia konsumsi sesuai dengan kebutuhan serta tidak berlebih-lebihan, sebagaimana telah dijelaskan dalam al-quran.

Digital Payment menyebabkan remaja urban berperilaku konsumsi, mereka akan membeli sesuatu yang seharusnya memang tidak dibutuhkan. Hal tersebut diatas juga saya rasakan di lingkungan kampus tempat saya kuliah, yang notabene adalah dari kalangan mahasiswa yang berpendidikan yang seharusnya sudah mampu menyikapi realita dengan lebih kritis dan bijak. Banyak dari teman-teman mahasiswa di kampus yang memanfaatkan smartphone yang mereka miliki untuk berbelanja secara online yang dari pengamatan penulis terkesan berlebihan

²Uswatun Hasanah, “*Hubungan antara Interaksi Teman Sebaya dari Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*”, PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), h. 11.

sehingga menunjukkan perilaku konsumsi yang secara langsung berdampak pada gaya hidup mahasiswa.

Dalam era digital saat ini, mahasiswa sebagai generasi muda cenderung lebih terbuka terhadap tren dan gaya hidup baru yang diperkenalkan melalui *Digital payment*. Mereka akan lebih rentan terhadap pengaruh pemasaran *digital* dan media sosial, yang dapat mendorong perilaku konsumtif dalam belanja online. Modernisasi juga dapat mengubah nilai-nilai dan norma-norma yang sebelumnya ada, sehingga mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Bagaimana ECommerce mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, dari faktor-faktor internal seperti habitus dan kapital budaya, hingga pengaruh eksternal seperti modernisasi teknologi dan pengembangan ekonomi. Dapat membantu dalam menganalisis dinamika kompleks dalam pola konsumsi mahasiswa di era digital ini.

Perkembangan pembayaran digital ini menjadi tawaran membuat manusia untuk menilai tawaran gaya hidup. Menerima atau menolak sesuai kebutuhannya. Karena perkembangan sistem pembayaran yang memberikan kemudahan seharusnya menjadikan seseorang dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien dan mudah menegelolah keuangan, kenyataan yang terjadi mahasiswa mungkin lebih berperilaku konsumtif, sejalan dengan lingkungan sosial dan teman-teman yang berperilaku konsumtif, mahasiswa sering kali. Misalnya dalam membeli baju yang *trend* saat ini,

Uang elektronik selain dapat digunakan untuk bertransaksi dan belanja, *e money* juga dapat bisa digunakan untuk penyaluran ZISWAF (zakat, infaq, shadaqah, wakaf). Dengan begitu dapat memudahkan masyarakat untuk tetap

beramal kepada orang yang lebih membutuhkan. Dalam hukum Islam penggunaan money ini halal untuk digunakan dan sudah sah menurut Agama selama transaksi tersebut tidak melanggar hukum syariah dan tidak adanya unsur haram dan maksiat. Uang elektronik hukumnya boleh, didasarkan kepada dalil Al-Quran.

Dalam surat An- Nisa 29 :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُكْلِفُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَّحِيمًا

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³*

Dalam hal lain penggunaan transaksi *cashless* antara penjual dan pembeli juga meningkatkan perilaku *konsumerisme* pada diri konsumen. Mereka akan lebih konsumtif dalam menggunakan uang yang dimiliki serta membeli melalui beberapa aplikasi yang sudah terikat dengan sistem jual beli secara *e-commerce*. Tentu, peningkatan terhadap jual beli yang berlebihan ini dapat menyebabkan meningkatnya inflasi dalam suatu wilayah. Karena pendapatan yang diperoleh tidak sama dengan pengeluaran uang yang dihabiskan demi membeli keperluan-keperluan yang sebenarnya tidak begitu penting untuk dibeli. Mengapa demikian? Ketika seseorang membeli barang dan seseorang memiliki banyak benda berharga yang dapat digunakan secara bergantian dan menunjukkan nilai kelas sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti sangat tertarik untuk mengambil judul yang berkaitan dengan topik tersebut,

³ QS,an-nisa(29):5.

sehingga peneliti mengangkat judul, “**Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsuntif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi** (Studi Pada Konsumen E-Commerce yang melakukan Pembayaran Melalui Digital Payment Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN SYAHADA padangsmpuan).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai cashless transaction behavior.
2. Adanya pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Adanya pengaruh *cashless transaction behavior* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan dimaksudkan, maka penelitian ini dibatasi ruang lingkupnya adalah permasalahan mengenai perilaku konsumtif pada konsumen yang disebabkan oleh Digital Payment melalui *cashless transaction* pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari

masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala pengukur
1	Digital payment (X)	<i>Digital payment</i> adalah metode pembayaran non tunai dengan pemanfaatan platform digital. Berbagai transaksi keuangan bisa dilakukan melalui pembayaran digital, termasuk <i>e-wallet</i> , <i>online banking</i> , QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>), kartu debit, dan kartu kredit.	1. Kecepatan Tanggapan 2. Kualitas Tanggapan 3. Kemudahan Tanggapan	Ordinal
2	Perilaku konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah suatu dorongan adalah dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana lebih	1.Kualitas Produk 2.Kualitas Layanan 3.Faktor	

		mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan.	Emosional	Ordinal
3	Cashless Transaction (Z)	Cashless merupakan sesuatu membayaran yang dilakukan metode pembayaran digital tanda menggunakan uang tunai	1.Kehandalan 2.Ketanggapan 3.Empati	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap *cashless transaction behavior*?
3. Apakah *cashless transaction* berpengaruh dalam memediasi pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif
2. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap *cashless transaction behavior*
3. Untuk mengetahui *cashless transaction behavior* dalam memediasi penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif

G. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kemanfaatan dan sumbangsih pada bidang ekonomi khususnya pada bidang perbankan syariah serta pemahaman terhadap penggunaan cashless sebagai bentuk dari pembayaran digital dalam perilaku konsumtif dari konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Bagi lembaga

Sebagai bahan untuk mengetahui perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang.

b. Bagi peneliti

Sebagai langkah awal dalam membantu peneliti untuk bisa mengembangkan ilmu pengetahuan dan mengembangkan kemampuan analisis,kritis, dan pemecahan masalah.

c. Bagi peneliti lain

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain terkait judul penelitian yang berkaitan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori Perilaku Konsumtif

Konsumtif seringkali diartikan dengan konsumerisme karena memang arti dari keduanya yang tidak terlalu berbeda, bahkan cenderung mirip. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumtif diartikan dengan bersifat konsumtif (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) dan beruntung pada hasil produksi pihak lain. Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana masyarakat hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan. Istilah konsumtif biasanya pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan gejala konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan. Seorang individu harus membuat keputusan untuk membeli sesuatu namun tidak mengetahui konsekuensi pilihan tindakannya pada satu hal atas hal yang lain.

Terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasari pada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Belanja menjadi alat pemuas keinginan, terkadang barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, akan tetapi karena pengaruh terendah atau mode yang tengah berlaku.⁴

Contohnya mode pakaian wanita merupakan bagian dari siklus berkesinambungan yang memunculkan satu mode pakaian kemudian diganti oleh mode pakaian lainnya. Mode pakaian seseorang disesuaikan dengan respons pikiran orang lain.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli tidak didasarkan pada kebutuhan pokok tetapi hanya keinginan semata yang mengakibatkan sesuatu yang berlebihan dan menghamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa membuat seseorang menjadi sompong, dan berbuat apa saja termasuk berbohong. Oleh karena itu Allah SWT menganjurkan agar tidak berperilaku konsumtif, karena sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Berlaku Sederhana (*Qana'ah* atau *Zuhud*) Salah satu sifat yang dapat membuat hati tenang adalah *qana'ah*, juga disejajarkan dengan sifat *zuhud*. *Zuhud* dan *qana'ah* yang hakiki adalah sifat yang semata-mata dari hati sanubari karena sadar akan nikmat, rahmat dan anugerah Ilahi yang secara metafisik berada di balik segala keadaan.

⁴ Puspita Nilawati Sipunga & Amri Hanna Muhammad, *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesantrian 2 Semarang, journal of social and industrial Psychology* , Vol.1 No.3, 2014, hal.63.

1.1 Teori Persepsi Terhadap Penggunaan Teknologi (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) menyediakan suatu basis teoritis yang digunakan untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. Selain itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menjelaskan adanya hubungan sebab akibat antara keyakinan (mafaat dan kemudahan penggunaannya dan perilaku, tujuan maupun keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi). *Technology Acceptance Model* (TAM) berfokus pada faktor-faktor yang menentukan niat perilaku seseorang dalam mengadopsi teknologi baru. Model ini juga menunjukkan bahwa dengan adanya faktor tertentu dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan mengenai bagaimana dan mengapa mereka mau menggunakan dengan adanya teknologi baru tersebut.⁵ TAM mempunyai lima konstruksi utama yaitu:

a. *Perceived Usefulness*

sejauh mana pengguna yakin bahwa/kinerjanya dapat ditingkatkan dengan menggunakan sistem tertentu.

b. *Perceived Ease Of Use*

Tingkat dimana pengguna percaya bahwa upaya fisik atau mental tidak diperlukan bila menggunakan sistem tertentu.

⁵ Andrew Gunawan, “*Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking*” III (2014)

c. *Attitude Toward Using*

Titik pandang seseorang dalam mengevaluasi sebuah objek atau ide tertentu.

d. *Intention to Use*

intensi adalah ukuran dari kekuatan intensi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dimasa depan.

e. *Actual Use*

Dikonsepkan dalam pengukuran suatu frekuensi dan durasi waktu penggunaan sistem yang berujung terhadap kepuasan pengguna.

1.2 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Beberapa karakteristik perilaku konsumtif adalah:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar kebutuhan atau manfaat). Pembeli cenderung berperilaku yang dicirikan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu symbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan diri.
- h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

1. Perspektif Pengambilan Keputusan.

Konsumen melakukan serangkaian aktivitas dalam membuat keputusan pembelian. Perspektif ini mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan yang rasional untuk memecahkan masalah tersebut.

2. Perspektif *Eksperiensial* (pengalaman).

Perspektif ini mengemukakan bahwa konsumen sering kali mengambil keputusan membeli suatu produk tidak selalu berdasarkan keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Konsumen sering kali membeli suatu produk karena alasan kegembiraan, fantasi, ataupun emosi yang diinginkan.

3. Perspektif Pengaruh *Behavioral*.

Perspektif ini menyatakan bahwa seorang konsumen membeli suatu produk sering kali bukan karena alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya. Perilaku konsumen dalam perspektif ini menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi.

1.4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula pada dalam masalah konsumsi, islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan islam mengenai aktivitas

konsumsi terdapat al-qur'an dan as-sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-quran dan as-sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan dalam hidupnya, perilaku konsumsi yang sesuai dengan alquran dan as-sunnah yaitu seperti makan dan minum yang cukup, melakukan pekerjaan yang bermanfaat, membantu orang lain dalam kebaikan, dan merayakan hari raya dengan tidak berlebihan.

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif akan tetapi tidak semua dapat menyalurnykannya. Konsumsi yang berlebihan merupakan ciri khas masyarakat ciri khas masyarakat yang tidak mengenal tuhan, yang dalam Islam israf (pemborosan) atau tabzir (menghambur-menghamburkan harta tanpa guna). Tabzir berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal hal yang melanggar hukum, atau dengan cara tanpa aturan.⁶

Konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros dan berlebih-lebihan. Ada beberapa prinsip konsumsi dalam islam, yaitu :

⁶ Sukarno Wibowo & Dedi supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Puspita Setia, 2013), hal,225-226.

- a) Prinsip keadilan, syarat ini mengandung arti ganda penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak terlarang.
- b) Prinsip kebersihan, perinsip yang kedua ini menghendaki makanan yang dikonsumsi harus baik atau cocok untuk dimakan tidak kotor atau menjijikkan sehingga merusak selera.⁷
- c) Prinsip kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman dalam sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan dan minum secara berlebihan.
- d) Prinsip kemurahan hati, dalam hal ini islam memerintahkan agar senantiasa memperhatikan saudara dan tetangga kita dengan senantiasa berbagi rasa bersama.
- e) Prinsip moralitas, selain hal-hal teknis di atas islam juga memperhatikan pembangunan moralitas spiritual bagi manusia hal tersebut dapat digambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas karunianya, maka hal tersebut secara tidak langsung akan membawa dampak psikologis bagi pelakunya seperti anti makanan haram baik zat maupun cara mendapatkannya maupun ketenangan jiwa.⁸

⁷ Abdul Manna, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), Hal. 45-46.

⁸ Eko Supra Yitno *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang, 2008), Hal.110-111

2. Digital Payment

2.1 Definisi Digital Payment

Pengertian sistem pembayaran digital adalah suatu cara untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan teknologi digital, seperti komputer, smartphone, atau internet. Dalam sistem pembayaran digital, uang elektronik atau *e-money* dianggap sebagai alat pembayaran yang sah dan penggunaannya semakin umum di masyarakat saat ini. Sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi keuangan dilakukan dengan mudah dan cepat tanpa harus menggunakan uang tunai atau kartu kredit.

Salah satu keuntungan dari sistem pembayaran digital adalah praktis dan efisien. Pengguna bisa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu kredit. Hal ini memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah. Selain itu, sistem pembayaran digital juga lebih aman dan terpercaya. Sistem ini memiliki tingkat keamanan yang tinggi karena dilengkapi dengan sertifikat keamanan. Transaksi keuangan yang dilakukan melalui sistem pembayaran digital juga dapat dilacak dan dipantau dengan mudah.

Penggunaan sistem pembayaran digital juga menghemat waktu dan tenaga. Pengguna tidak perlu mengantri di bank atau mengisi formulir pembayaran manual karena bisa melakukan transaksi dengan mudah melalui aplikasi atau website yang disediakan. Sistem ini tentunya menggunakan *e-money* sebagai bahan untuk mempermudah transaksi dalam pembayaran. Secara terperinci dijelaskan pengertian *e-money* adalah uang elektronik yang difungsikan sebagai alat pembayaran pengganti uang tunai. *E-money* juga dapat didefinisikan sebagai media penyimpan nilai atau produk prabayar dimana dana

konsumen disimpan dalam perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen tersebut.⁹

2.2 Jenis-Jenis Pembayaran Digital (*Digital Payment*)

a. *E-wallet*

E-wallet atau dompet digital adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang mereka dalam bentuk digital. Pengguna dapat melakukan pembayaran dengan mudah menggunakan *e-wallet*, baik itu pembayaran online atau pembayaran di toko. *E-wallet* juga bisa digunakan untuk transfer uang ke rekening bank lain atau ke *e-wallet* pengguna lain. *E-wallet* umumnya lebih aman daripada kartu kredit karena tidak mengungkapkan nomor kartu kredit atau informasi pribadi lainnya. Ada banyak jenis *e-wallet* yang tersedia, seperti *Bayarind*, *OVO*, *GoPay*, *DANA*, dan sebagainya.

b. *Mobile Payment*

Mobile payment adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan *smartphone* mereka. Cara kerjanya adalah dengan mengunduh aplikasi *mobile payment* seperti *Google Pay* atau *Apple Pay*, kemudian menghubungkannya dengan kartu debit atau kredit. Pengguna dapat melakukan pembayaran dengan menggerakkan perangkat di dekat pembaca nirkabel. *Mobile payment* juga dapat digunakan untuk mengirim dan menerima uang dengan mudah.

⁹ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital*, ed. by Muhammad Yusuf, 1st edn (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) hlm.81.

c. *Card Payment*

Card payment adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan kartu kredit atau debit untuk melakukan transaksi keuangan. Cara kerjanya adalah dengan memasukkan kartu kredit atau debit ke dalam pembaca kartu di toko atau restoran. *Card payment* juga bisa digunakan untuk pembayaran online di situs web yang menerima pembayaran kartu kredit atau debit.

d. *Virtual Account*

Virtual account adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran melalui rekening virtual. Cara kerjanya adalah dengan membuat rekening virtual di bank atau lembaga keuangan lainnya, kemudian menggunakannya untuk melakukan pembayaran tagihan atau transaksi keuangan lainnya. *Virtual account* sangat berguna bagi mereka yang tidak memiliki rekening bank.

e. *QR Code Payment*

QR code payment adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan memindai kode *QR* pada perangkat mereka. Cara kerjanya adalah dengan memindai kode *QR* yang diberikan oleh penjual atau toko, kemudian mengonfirmasi jumlah pembayaran di aplikasi pembayaran digital yang digunakan. *QR code payment* sangat mudah digunakan dan juga lebih aman dibandingkan dengan pembayaran menggunakan kartu kredit.

f. *Mobile Banking Transfer*

Mobile banking transfer adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transfer uang menggunakan aplikasi perbankan mereka. Cara kerjanya adalah dengan mengunduh

aplikasi perbankan yang sesuai dengan bank yang digunakan nasabah, kemudian menghubungkannya dengan rekening bank tersebut. Pengguna dapat melakukan transfer uang ke rekening bank lain dengan mudah menggunakan aplikasi perbankan mereka.

g. Cryptocurrency

Cryptocurrency adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan mata uang digital seperti *Bitcoin*, *Ethereum*, dan *Litecoin*. *Cryptocurrency* menggunakan *teknologi blockchain* yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima uang tanpa perlu melalui bank atau lembaga keuangan lainnya. *Cryptocurrency* juga bisa digunakan untuk membeli barang dan jasa dengan mudah.

2.3 Keunggulan Pembayaran Digital

Beberapa keunggulan yang dapat diperoleh Ketika menggunakan sistem pembayaran secara digital. Hal ini juga mencakup beberapa keunggulan penggunaan pemakaianya, diantaranya:

1. Proses Cepat

Jika dulunya transaksi menggunakan uang tunai dan harus menukar uang kembalian, tentu akan memakan waktu. Dengan melakukan pembayaran secara digital, kita tidak perlu membawa uang tunai secara fisik. Cukup dengan menggunakan ponsel dan internet, transaksi dapat dilakukan secara efisien dalam satu waktu.

2. Fleksibel

Transaksi dilakukan secara digital dan tentu secara mobile-pun bisa. Pembayaran digital dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Cukup dengan

memiliki ponsel, jaringan internet, dan aplikasi khusus pembayaran. Kita tidak perlu mencari ATM atau bank untuk melakukan aktivitas keuangan.

3. Transparan

Umumnya, proses pembayaran digital terhubung dengan email pengguna yang dapat melakukan *tracking* secara otomatis terhadap aktivitas transaksi yang dilakukan. Laporan transaksi sesuai dengan riwayat yang dilakukan akan dikirimkan secara berkala. Bahkan ada buku tabungan yang dapat dilihat juga melalui digital. Kelebihannya lagi, pembayaran digital akan lebih terjamin keamanannya karena data transaksi dilindungi oleh teknologi enkripsi.¹⁰

3. *Cashless*

Cashless merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan transaksi finansial yang tidak lagi menggunakan uang tunai (baik itu berupa logam maupun kertas). Untuk menyebarluaskan penggunaan sistem *cashless*, konsep *cashless society* pun dicetuskan. Dalam konsep *cashless society*, masyarakat tidak lagi menggunakan uang tunai dalam setiap transaksi finansial. *Cashless payment* adalah seluruh transaksi keuangan yang dilakukan tanpa melibatkan uang kartal seperti giro dan cek, tetapi menggunakan sarana elektronik seperti transaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debet, kartu kredit, serta transaksi yang menggunakan teknologi tinggi seperti *ebanking*, *e-commerce*, atau *payment*.

Telah terbukti bahwa menggunakan pembayaran digital dapat membantu konsumen memenuhi permintaan mereka dengan lebih berhasil dan efektif. Memanfaatkan media online untuk pemasaran dan penjualan. Ini tidak hanya mengubah

¹⁰Ahmad Bakhri, ‘3 Keuntungan Pembayaran Digital, Yang Mana Jadi Kesukaanmu? - Universitas Bakrie’.

lingkungan persaingan yang semakin dinamis dan global di sektor industri yang semakin marak, tetapi juga membuat orang lebih pragmatis dalam bertransaksi. Setiap kali transaksi belanja terjadi, data dikumpulkan sehingga memungkinkan untuk melacak pengeluaran dengan cepat. Perkembangan pembayaran digital telah membuat uang yang dikeluarkan lebih transparan dan mencegah uang dicuri dari orang-orang tertentu.

Program komputer telah menentukan bahwa informasi yang dihasilkan selama transaksi secara otomatis dicatat baik dalam kategori pendapatan dan pengeluaran, serta tanggal dan jumlah dana, sehingga tidak dapat diubah.¹¹ Uang elektronik saat ini digunakan dalam sejumlah besar transaksi keuangan. Ini dapat digunakan

nakan untuk pembelian makanan cepat saji, pembelian internet, akses parkir, jalan tol, sistem transportasi, dan pembayaran lainnya dari bisnis yang bekerja sama dengan penyedia emoney. *Go-pay, E-Money Bank Mandiri, T-cashTelkomsel, Flazz Bank BCA,* dan empat sistem pembayaran elektronik lainnya adalah yang paling populer di kalangan pengguna.

Pola transaksi yang telah beralih dari transaksi offline ke online telah memicu banyak jenis inovasi, yang mengarah pada peningkatan kisaran interaksi pembayaran dari barcode ke kode QR serta model pembayaran seperti *e-wallet* atau *e-money*. Sembilan bank dan sebelas non-bank merupakan 20 penerbit *e-money*. *E-money* dikategorikan sangat praktis dan serbaguna selain mempermudah, mempercepat, dan mengutamakan kepraktisan karena mudah dibawa kemana-mana.

B. Penelitian Terdahulu

Dari banyaknya literatur yang menjadi sumber referensi, terdapat beberapa jurnal dengan topik yang sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Dan hal ini dapat dilihat dari penjelasan di bawah ini:

¹¹ Hafidz Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, Bogor: Al Azhar Freshzone Publishing, 2015, hlm. 97

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Resume Research
1.	Lailatu Syifa (2019) ¹²	Pengaruh Kemudahan Penggunaan M-Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.	Penggunaan Mobile Banking berpengaruh terhadap perilaku konsumtif	Persamaan : - Menggunakan aplikasi digital payment dan perilaku konsumtif sebagai variabelnya. Perbedaan : - Jenis digital paymentnya menggunakan mbanking, sedangkan peneliti menggunakan shopee pay, gopay, ovo Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik
2	Fera Rian Dianingsih (2020) ¹³	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi	Penggunaan aplikasi belanja online dan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Persamaan : Terdapat variabel yang sama. Perbedaan : Objek dan subjek penelitian.Terdapat variabel shopping lifestyle sebagai variabel intervening

¹² Yopi Nisa Febianti, Umaroh Umaroh, and Rusdiyana, ‘Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fkip Ugg Cirebon’, *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11.1 (2023), 82–90 <<https://doi.org/10.33603/ejpe.v11i1.24>>.

¹³ Fera Rian Dianingsih, ‘Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN’, *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2020, 1–116 <<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/87687>>.

		Syariah di IAIN Surakarta		
3.	Siti Erna Purnamawati (2020) ¹⁴	Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Penggunaan Digital Payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.	Persamaan : Menggunakan aplikasi digital payment dan perilaku konsumtif sebagai variabelnya Perbedaan Peneliti menambahkan aplikasi belanja online sebagai
4.	Laila Rahmadani (2016) ¹⁵	Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (EMoney) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit dan uang elektronik (e-money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa	Persamaan : Menggunakan variabel penggunaan uang elektronik (X) Perbedaan: Tidak menggunakan variabel penggunaan kartu debit (X1) dan variabel pengeluaran konsumsi mahasiswa (Y)
5.	Suryo Adi Prakorso (2017) ¹⁶	Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Sosial	Pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua secara stimultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif	Persamaan : Menggunakan variabel perilaku konsumtif (Y) Perbedaan : Tidak menggunakan variabel kelompok

14 ‘Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN’.

15 Laila Ramadani, ‘Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa’, *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8.1 (2016), 1–8 <<https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>>.

16 Suryo Adi Prakoso, ‘Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)’, *Economic Education Analysis Journal*, 3.1 (2017), 27.

		Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	mahasiswa Ekonomi Negeri Semarang	Pendidikan Universitas Negeri Semarang	teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua sebagai variabel X
6.	Wahyu Susilowati (2019) ¹⁷	Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati (Studi Kasus di Pondok Pesantren Madrasatul Qur'anil Aziziyah Ngaliyan Semarang)	Terdapat pengaruh signifikan antara perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumtif dalam berbusana di kalangan santriwati		Persamaan : Menggunakan variabel perilaku konsumtif (Y) dan salah satu indikator variabel (X), yakni sistem pembayaran Perbedaan :Tidak menggunakan variabel pemanfatan teknologi sebagai variabel X
7.	Komang Yudy Dharmawan (2017). ¹⁸	Model Perilaku Konsumtif yang Kompulsif dengan Penggunaan Kartu Kredit sebagai Variabel Mediator	Fashion orientation memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif yang komplusif. Besarnya efek moderasi dari usia,gender,danpendapatan hanya tersupport secara partial.		Persamaan: Menggunakan variabel perilaku konsumtif Perbedaan : Tidak menggunakan variabel fashion orientation, perceived value dari kartu kredit, dan keinginan

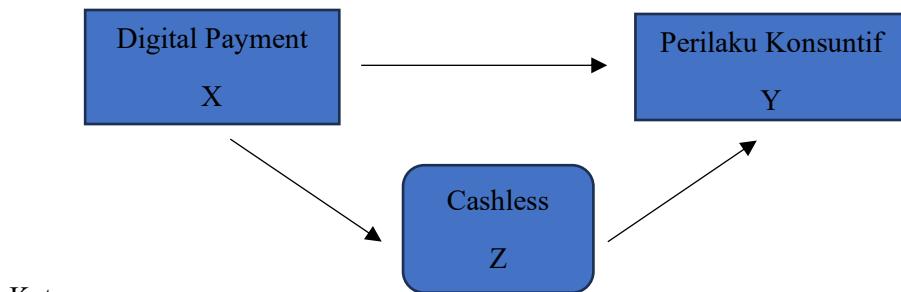
¹⁷ Wahyu Susilowati, ‘Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Berbusana Di Kalangan Santriwati’, 2019, 41–42. Skripsi

¹⁸ Komang Yudy Dharmawan, ‘Model of Compulsive Buying Behavior With the Mediating Role of Intention To Use Credit Card’, *Core.Ac.Uk*, 2017, 1–69. Skripsi

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah kegiatan penelitian yang akan dilakukan untuk membantu memperjelas hubungan antara satu dengan yang lainnya. Pada penelitian ini kerangka berpikir akan menjelaskan pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Cashless Transaction:

Gambar 2.1



Keterangan:

X: *Digital Payment*

Y: Perilaku Konsumtif

Z: *Cashless Transaction Behavior*

Mengemukakan bahwa metode penitian adalah cara yang digunakan penelitian selama memperoleh data penelitian. Pada penelitian akan menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei. Dalam gambar diatas menjelaskan bahwa cashless dapat mempengaruhi digital payment yang meng akibatkan seseorang dapat menjadi berperilaku konsumtif.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang sifatnya semantara atau juga merupakan sebuah kesimpulan yang dapat diambil untuk menjawab permasalahan yang suatu penelitian yang sebenarnya atau belum diajukan dalam sederhana hipotesis mengandung makna bahwa di bawah kebenaran atau belum pasti benar dan

baru bias dikatakan benar apabila sudah bukti – bukti yang menguat sebenarnya. Maka hipotesis yang diajukan untuk diteliti adalah:

H₁: Terdapat pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsuntif

H₂: Terdapat pengaruh *digital payment* terhadap cashless transaction

H₃: Terdapat pengaruh *cashless transaction behavior* memediasi melalui *digital payment* terhadap perilaku konsumtif

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan. Adapun waktu pelaksanaannya yaitu pada bulan Februari 2025 sampai dengan Juni 2025 .

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yaitu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui Pengaruh dari *Digital payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Cashless Transaction Behavior* Sebagai Variabel Mediasi . Selain itu, Peneliti juga menggunakan Penelitian yang bersifat kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu.

Penelitian ini dilaksanakan pada populasi dan sampel tertentu, dan dalam pengumpulan sampelnya dapat melalui random, pengumpulan data tentunya dilakukan dengan instrumen yang disediakan, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁹

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Pengertian populasi adalah sekumpulan objek secara lengkap yang akan dipelajari oleh penelitian, sedangkan pengertian sampel di dalam populasi untuk mencari data pada penelitian ini adalah berasal dari subjek yang diteliti dan berasal

¹⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 31st edn (Bandung: CV. Alfabeta, 2021).

dari populasi itu sendiri.²⁰ Yakni data pengguna digital payment (cashless transaction) dengan perilaku konsuntif”. Populasi penelitian adalah Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN SYAHADA Tahun 2021 sebanyak 141 orang

b. Sampel

Sampel merupakan bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam memilih sampel dari sebuah populasi, peneliti menggunakan teknik sampling untuk menentukan sampel yangn tepat.²¹ Teknik sampling dapat dilakukan pengambilan kriteria sampel kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam . Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah pengambilan sampel anggota populasi dengan kriteria tertentu yang akan ditentukan peneliti. Jika subjeknya kurang dari 100 orang lebih baik diambil penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih besar dari 100 orang maka dapat diambil 10- 15% atau 20-25% tergantung kemampuan dari peneliti baik dari segi waktu, tenaga dan dana. Jika besar jumlah sampel yang mendekati populasi maka peluang kesalahan semakin kecil dan juga sebaliknya semakin kecil jumlah sampel maka semakin besar kesalahan. Untuk menentukan besarnya sampel peneliti akan menggunakan rumus dengan sebagai berikut

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

²⁰Zulaika Matondang and Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data : Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Merdeka Kreasi Group, 2022) hlm.7.

¹⁸Bagus Sumargo, *Teknik Sampling* (Jakarta: UNJ PRESS, 2020) hlm.1.

e = error (Kesalahan yang diterima)

Dengan menggunakan perhitungan di atas maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{141}{1 + 141(0,1)^2}$$

$$n = \frac{141}{1 + 141.0,01}$$

$$n = \frac{141}{1 + 1.41}$$

$$n = \frac{141}{2.41}$$

$$n = 58.5062$$

Berdasarkan perhitungan data dengan jumlah populasi 141 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 58.5062 namun karena subjeknya bukan bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 58 responden. Jadi jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 58 sampel. Kriteria pengambilan sampel yaitu

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan Mahasiswa Perbankan Syariah Nim 2021
- Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile*

2. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur dan sistematis yang standar dalam memperoleh data yang dibutuhkan, ada beberapa instrumen pengumpulan data yang digunakan yaitu

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode ketika subjek dan peneliti bertemu dalam satu situasi tertentu dalam proses pendapatkan informasi. Informasi penelitian yang berupa data diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2021/2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis, yang mana dokumentasi ini merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlaku. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini berbentuk tulisan atau gambar.

c. Angket (Kuesioner)

Angket adalah metode pengumpulan data untuk memahami individu dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu.²² Metode pengumpulan data melalui angket ini menggunakan pengukuran skala yang artinya mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang gejala atau masalah yang ada di masyarakat atau dialaminya.²³ Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa

²²Susilo Rahardjo and Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes* (Prenada Media, 2022) hlm.94.

²³Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Books Publishing, 2021) lhm. 7.

penyataan atau pertanyaan. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yaitu: Skala Likert

Tabel III.1 Skala Likert

Jawaban	Skor pertanyaan positif	Skor pertanyaan negative
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Setuju (KS)	3	3
Setuju (TS) 2 4 Sangat	2	4
Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber data : binus.ac.id

d. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan software SmartPLS, yang dijalankan dengan media komputer. PLS (*Partial Least Square*) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran skaligus pengujian model Struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas. Sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas. PLS (*Partial Least Square*) adalah analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel).

1. Analisis Pengukuran (*Outer Models*)

Pengujian *Outer Model*, merupakan ikatan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya, ataupun bisa dikatakan jika outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

a. Uji Validitas dalam *outer models* dilakukan uji validitas dengan 2 kriteria, yaitu:

1) *Convergent Validity*

Uji validitas convergent indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari loading factor untuk setiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasa digunakan untuk menilai validitas *convergent* yaitu nilai loading factor harus lebih besar dari 0,7 serta nilai average variance extracted (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Namun untuk tahapan awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading factor 0,5-0,6 masih dianggap cukup²⁴.

2) *Discriminant Validity*

Cara untuk menguji validitas discriminant dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat cross loading untuk setiap variabel harus $> 0,60$. Validitas diskriminan berprinsip bahwa variabel konstruk yang berbeda tidak boleh lebih tinggi korelasinya. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas discriminant adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa kecukupan dari validitas yang baik bagi variabel laten²⁵.

b. Uji Realibilitas

Composite reability, Data yang mempunyai composite reability > 0.7 memiliki reabilitas yang tinggi. Uji reabilitas diperkuat dengan cornbach's alpha, dengan nilai yang diharapkan > 0.7 untuk semua konstrukt¹¹

²⁴ Imam Ghozali, *Partial Least Squares (Konsep, teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS...)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2021, hlm. 68.

²⁵ Ibid., hlm. 69

2. Analisis model struktural (*Inner Models*)

R-square merupakan ukuran populasi dari nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). yang menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap dependen apabila hasil dari RSquare $> 0,67$ (kategori baik), hasil dari R-Square antara $0,33 - 0,67$ (kategori sedang) dan R-Square sebesar $0,19 - 0,33$ (kategori yang lemah).

3.Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada PLS digunakan untuk mengukur probabilitas sebuah data menggunakan menu path coefficients. Rule of thumbs terdakungnya suatu hipotesis penelitian adalah jika koefisian atau arah hubungan variabel (ditunjukkan oleh nilai original sample) sejalan dengan yang dihipotesiskan, dan jika nilai t-statistic nilai $> 1,64$ (two tailed) atau $>1,96$ (one tailed) dapat dikatakan signifikan dan probability value (p-value) $< 0,01; < 0,05; < 0,10$ dapat dikatakan signifikan. Dalam p-value jika diperoleh nilai $>0,10$ maka dapat dikatakan tidak signifikan. 13 Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SEM-PLS dilihat pada T-Statistic. Nilai tstatistic lebih besar dari 1,96 dengan nilai signifikansi 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel dalam penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo resmi menetapkan IAIN Padangsidimpuan bertansformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (SYAHADA) Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 87 Tahun 2022 tertanggal 08 Juni 2022 yang menetapkan Peraturan Presiden tentang Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan didirikan berdasarkan pada Surat Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 serta Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor: E/125/1997. Sekolah tinggi ini diresmikan oleh Menteri Agama pada saat itu, Dr. H. Tarmizi Taher, tanggal 30 Juni 1997 bersama dengan 32 STAIN lainnya. Secara histori, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan memiliki perguruan akar sejarah dengan Fakultas Tarbiyah Universitas Nahdatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) Padangsidimpuan.

Awalnya UNUSU merupakan perkembangan lanjutan dari Perguruan Tinggi Nahdatul Ulama (PERTINU) yang didirikan pada tahun 1962. Yang pada saat itu hanya memiliki satu fakultas syariah. Setahun kemudian yaitu 1963 Fakultas Tarbiyah secara resmi dibuka dan menerima mahasiswa pertama

berjumlah 11 orang. Pada tahun 1965 PERTINU menambah satu lagi fakultasnya, yakni Fakultas Ushuluddin. Setelah adanya tiga fakultas dan didorong keinginan hendak membuka fakultas-fakultas umum seperti fakultas hukum dan fakultas pertanian, maka timbulah ide untuk memperluas PERTINU menjadi Universitas Nahdatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU). Pada saat itulah terjadi perubahan. Yayasan PERTINU menjadi Yayasan UNUSU dan menetapkan Syekh Ali Hasan Ahmad sebagai Rektor.

Selama kurang 24 tahun berjalan, kemudian Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara cabang Sidimpuan berubah menjadi STAIN Padangsidiimpuan berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tanggal 21 maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 300 tahun 1997 dan No. 504 tahun 2003, tentang pendirian STAIN dikeluarkan, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidiimpuan diubah statusnya menjadi STAIN Padangsidiimpuan yang otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia.

Pada tahun 2012 Ketua STAIN Padangsidiimpuan Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, memulai mengukir sejarah untuk alih status STAIN Padangsidiimpuan menjadi IAIN Padangsidiimpuan, tim solid dan bertekad untuk mewujudkan cita-cita itu, maka akhirnya membawa hasil yang gemilang. Maka turunlah Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 58/52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidiimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidiimpuan, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja

Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan pada tanggal 6 Januari 2014 STAIN Padangsidimpuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidimpuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Dharma Ali, dan dilantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL. Dengan demikian, UIN SYAHADA memiliki status, fungsi dan peran yang sama dengan perguruan tinggi yang lain dan dapat dijadikan alternatif utama bagi siapa saja yang ingin cemerlang masa depan melalui Perguruan Tinggi Negeri yang mengkhususkan diri dalam Islamic Studies²⁶.

1. Visi dan Misi UIN SYAHADA

1) Visi

Universitas mempunyai visi menjadi Universitas Islam bertaraf internasional yang memiliki paradigma keilmuan *teoantropoekosentris* (*al-ilahiyah al-insaniyah al-kauniyah*) dalam membangun masyarakat yang saleh, moderat, cerdas, dan unggul.

2) Misi

- a. Membangun sistem manajemen dengan tata kelola yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel berbasisketeknologi informasi dan komunikasi;
- b. Melakukan transformasi terencana menuju pengelolaan keuangan badan layanan umum;

26 Tim Penyusun, (Panduan Akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2019), 1–4

- c. Mengembangkan jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan, penelitian, sosial keagamaan, dan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional;
- d. Menyelenggarakan pendidikan ilmu keislaman, humaniora, sosial, alam, formal, dan terapan berbasis teoantropoekosentris (al-ilahiyah al-insaniyah al-kauniyah) yang dapat menyanguti tantangan global;
- e. Mengembangkan penelitian ilmu keislaman, humaniora, sosial, alam, formal, teoantropoekosentris; dan dan terapan berbasis
- f. Menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, keindonesian, dan kearifan lokal untuk pengabdian dan pemberdayaan masyarakat dalam menyanguti tantangan global.

2. Tujuan UIN SYAHADA

Tujuan UIN SYAHADA adalah:

- a. Menyelenggarakan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi terintegrasi menuju Universitas Islam bertaraf internasional;
- b. Melakukan transformasi alih status menuju pengelolaan keuangan badan layanan umum;
- c. Meningkatkan kuantitas dan kualitas kerja sama dengan lembaga pendidikan, penelitian, sosial keagamaan, dan pemangku kepentingan;
- d. Membangun karakter Mahasiswa berwawasan keislaman yang moderat (wasatiyah) berbasis teoantropoekosentris; meningkatkan jiwa dan

keterampilan kewirausahaan (entrepreneurship) Mahasiswa dalam menyahuti dinamika global;

- e. Meningkatkan mutu pendidik dan tenaga kependidikan melalui manajemen sumber daya manusia yang profesional, cerdas, dan berintegritas;
- f. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk pengembangan keilmuan dan pengabdian kepada masyarakat berstandar internasional;
- g. Meningkatkan kuantitas dan kualitas sistem teknologi informasi dan komunikasi secara terintegrasi untuk aksesibilitas pelayanan akademik dan nonakademik;
- h. Mengoptimalkan potensi dan sumber keuangan untuk peningkatan pelayanan manajemen, administrasi, dan mutu akademik;
- i. Meningkatkan mutu pendidikan dan pembelajaran ilmu keislaman, humaniora, sosial, alam, formal, dan terapan berbasis teoantropoekosentris (al-ilahiyah al-insaniyah al- kauniyyah) yang dapat menyahuti tantangan global;
- j. Menghasilkan penelitian dalam rumpun ilmu keislaman, humaniora, sosial, alam, formal, dan terapan berbasis teoantropoekosentris dengan pendekatan interdisipliner, multidisipliner, dan transdisipliner; dan
- k. Meningkatkan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berbasis kebutuhan dengan nilai-nilai keislaman, keindonesian, dan kearifan lokal dalam menyahuti tantangan global.

3. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Fakultas (FEBI) berdiri pada tahun 2013. Berdirinya FEBI bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditanda tangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013.

Tindak lanjut dari peraturan presiden tersebut adalah lainnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No.93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama Tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundang di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM Amir Syamsudin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) dan satu program Pasca Sarjana.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syahada Padangsidimpuan saat ini memiliki lima prodi yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntasni Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Manajemen Keuangan Syariah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada dipimpin oleh Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan dekan dibantu oleh Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku wakil dekan Bidang

Akademik dan Pengembangan, Dr. Rukiah, M.Si selaku wakil dekan Bidang Administrasi dan Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Dra. Replita, M.Si 42 selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

a. Visi Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Centre Of Excellence untuk menghasilkan lulusan yang professional, entrepreneurship dan berakhlaq mulia.

b. Misi

- 1) Mengembangkan ilmu pengetahuan yang integrative dan interkoneksi di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 2) Melakukan riset dan publikasi ilmiah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam .
- 3) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam penerapan Ekonomi Islam .
- 4) Menanamkan jiwa enterpreneurship yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan lapangan kerja.
- 5) Menerapkan etika Islam pada proses pendidikan dan pengajaran.

B. Deskripsi Data Penelitian

Hasil analisis karakteristik responden sebanyak 58 mahasiswa Perbankan Syariah, terbagi menjadi kelompok jenis kelamin dan Angkatan 2021. Karakteristik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 58 responden diperoleh dua kelompok jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	15	26 %
2.	Perempuan	43	74 %

ber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel IV. 1, diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan dengan frekuensi yaitu sebanyak 43 orang dan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 15 orang.

b. Nomor Induk Mahasiswa (NIM)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 58 responden diperoleh dari Angkatan 2021. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan NIM

No.	NIM	Jumlah	Persentase
1.	Angkatan 2021	58	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel IV. 2, diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) pada penelitian

ini lebih banyak responden dengan karakteristik responden Angkatan 2021 yaitu 58 orang.

C. Analisis Data

Hasil jawaban deskripsi jawaban atas penyebaran angket yang telah dilakukan, yang dimana variabel independen yaitu *digital payment* (X), Perilaku Konsumtif (Y). Variabel dependen yaitu *Cashless Transaction Behavior* (Z) mahasiswa dari 58 responden. Variabel tersebut diukur dengan skala likert dimana skor terendah 1 (Sangat Tidak Setuju) dan skor tertinggi 5 (Sangat Setuju). Perhitungan interval untuk kategori deskripsi adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju :1,00 – 1,79
- b. Tidak Setuju :1,80 – 2,59
- c. KurangSetuju :2,60 – 3,39
- d. Setuju :3,40 – 4,19
- e. SangatSetuju :4,20 – 5,00

Tabel IV.3

HasiL Penilaian Responden Terhadap Variabel

digital payment (X)

No	Item Pernyataan	Rata-rata/Pernyataan	Keterangan
1	Digital payment menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti pembayaran melalui aplikasi atau situs web.	4,51	Sangat Setuju
2	Digital payment dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih, seperti	4,55	Sangat Setuju

	autentikasi dua faktor dan enkripsi data.		
3	Digital payment memungkinkan transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien, tanpa perlu menunggu antrian atau melakukan transaksi secara manual	4,53	Sangat Setuju
4	Digital payment mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, sehingga mereka dapat melakukan transaksi dengan cepat dan efisien	4,57	Sangat Setuju
5	Digital payment tersedia secara luas dan dapat diakses oleh pengguna di berbagai lokasi.	4,55	Sangat Setuju
6	Digital payment memiliki sistem keamanan yang canggih untuk melindungi data pengguna dan mencegah penipuan.	4,57	Sangat Setuju
7	Digital payment memiliki sistem keamanan yang canggih untuk melindungi data pengguna dan mencegah penipuan	4,60	Sangat Setuju
8	Digital Payment menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang transaksi, termasuk tanggal, waktu, jumlah, dan jenis transaksi.	4,58	Sangat Setuju
9	Sistem memiliki antarmuka yang mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna Digital Payment.	4,57	Sangat Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan dari table IV.3 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah oleh mahasiswa adalah pernyataan No.1 terkait indikator digital payment menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti pembayaran melalui aplikasi atau situs web.

Tabel IV. 4 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel perilaku konsumtif(Y)

No	Item Pernyataan	Rata-rata/Pernyataan	Keterangan
1	Produk yang memiliki desain menarik dan estetika yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.	4,60	Sangat Setuju
2	Produk yang memiliki kualitas bahan dan konstruksi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif	4,57	Sangat Setuju
3	Produk yang memiliki merek dan reputasi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif	4,53	Sangat Setuju
4	Layanan yang memiliki keamanan dan privasi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif	4,60	Sangat Setuju
5	Layanan yang memiliki empati dan kesabaran dalam menanggapi kebutuhan konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumtif	4,64	Sangat Setuju
6	Layanan yang memiliki komunikasi yang jelas dan efektif dapat mempengaruhi perilaku konsumtif	4,67	Sangat Setuju
7	Iklan dapat mempengaruhi emosi konsumen dan membuat mereka melakukan pembelian.	4,67	Sangat Setuju
8	Konsumen mungkin melakukan pembelian untuk menunjukkan identitas dan status sosial mereka	4,62	Sangat Setuju
9	Teman dan keluarga dapat mempengaruhi emosi konsumen dan membuat mereka melakukan pembelian	4,64	Sangat Setuju

Sumber: Dataprimerdiolah, 2025

Berdasarkan dari tabel IV.4 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah dari mahasiswa adalah pernyataan No.3 terkait indikator produk yang memiliki merek dan reputasi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Tabel IV.5 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel *Cashless Transaction (Z)*

No	Item Pernyataan	Rata-rata/ Pernyataan	Keterangan
1	Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menggunakan transaksi tanpa uang tunai	4,52	Sangat Setuju
2	Mengembangkan layanan yang memudahkan masyarakat untuk menggunakan transaksi	4,59	Sangat Setuju
3	Mengembangkan layanan yang memudahkan masyarakat untuk menggunakan transaksi tanpa uang tunai	4,55	Sangat Setuju
4	promosi dan edukasi tentang pentingnya menggunakan transaksi tanpa uang tunai telah meningkatkan kesadaran masyarakat	4,57	Sangat Setuju
5	Keamanan transaksi cashless telah meningkatkan kepercayaan masyarakat	4,59	Sangat Setuju
6	Kemudahan penggunaan teknologi cashless telah meningkatkan ketangggapan masyarakat	4,53	Sangat Setuju
7	Memahami kesulitan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti kesulitan dalam menggunakan aplikasi atau kesulitan dalam mencari mesin ATM	4,53	Sangat Setuju
8	Memahami kebutuhan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti kebutuhan untuk melakukan transaksi dengan cepat dan mudah	4,60	Sangat Setuju

9	Memahami kebutuhan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti kebutuhan untuk melakukan transaksi dengan cepat dan mudah	4,59	Sangat Setuju
---	--	------	---------------

Sumber: Dataprimerdolah, 2025

Berdasarkan dari tabel IV.5 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah dari mahasiswa adalah pernyataan No.1 terkait indikator meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menggunakan transaksi tanpa uang tunai Hasil Analisis Data.

D. Hasil Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas

Uji validitas terbagi menjadi 2, yaitu uji *convergent validity* dan uji *diskriminant validity*. Uji *convergent validity* terdiri atas uji *loading factor* agar mengetahui apakah konstruk memenuhi persyaratan ke tahap penelitian atau tidak.

1. Convergent Validity

Pengujian validitas konvergen digunakan untuk mengukur sejauh mana item pengukuran berkorelasi positif dengan item pengukuran dari konstruk yang sama.

Berikut hasil pengujian *convergent validity* melalui *loading factor* pada penelitian ini:

**Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Konvergen
(Convergent Validity)**
Variabel Dijital Payment (X)

Indikator	Outer Loading	Keterangan
X1	0,653	Valid
X2	0,937	Valid
X3	0,651	Valid
X4	0,939	Valid
X5	0,937	Valid
X6	0,908	Valid

X7	0,907	Valid
X8	0,910	Valid
X9	0,213	Tidak Valid

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3 (2025)

Tabel IV.7 diatas menjelaskan bahwa dari semua pernyataan hanya satu variabel yang tidak valid yang dimana ditunjukkan dengan warna merah pada variabel X9 pada variabel digital payment terdapat 8 pernyataan yang valid yang nilainya loading factor $>0,60$ dan terdapat 1 pernyataan yang tidak valid $< 0,60$, sehingga semua pernyataan dapat dinyatakan telah memenuhi syarat dari standar *convergent validity*.

Hasil uji validitas *konvergen* untuk variabel harga dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Konvergen
(ConvergentValidity)**

Variabel Perilaku Konsumtif(Y)

Indikator	OuterLoading	Keterangan
Y1	0,867	Valid
Y2	0,916	Valid
Y3	0,904	Valid
Y4	0,821	Valid
Y5	0,877	Valid
Y6	0,931	Valid
Y7	0,784	Valid
Y8	0,877	Valid
Y9	0,875	Valid

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3(2025)

Tabel IV.8 diatas menjelaskan bahwa dari semua pernyataan setiap variabelnya valid yang dimana di tunjukkan dengan warna hijau. Pada variabel Perilaku Konsumtif terdapat 9 pernyataan yang valid yang nilainya *loading factor* $> 0,60$. sehingga semua pernyataan dapat dinyatakan telah memenuhi syarat dari standar *convergent validity*.

Hasil uji validitas *konvergen* untuk variabel perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*) Variabel Cashless Transaction (Z)

Indikator	OuterLoading	Keterangan
Z1	0,882	Valid
Z2	0,764	Valid
Z3	0,820	Valid
Z4	0,785	Valid
Z5	0,823	Valid
Z6	0,875	Valid
Z7	0,592	Tidak Valid
Z8	0,897	Valid
Z9	0,769	Valid

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3 (2025)

Tabel IV.9 diatas menjelaskan bahwa dari semua pernyataan 8 variabelnya valid yang dimana di tunjukkan dengan warna hijau dan 1 variabelnya yang tidak valid terdapat pada Z7. Pada variabel perilaku konsumtif terdapat 8 pernyataan yang valid yang nilainya *loading factor* > 0,60 dan 1 pernyataan yang tidak valid yang nilainya <60. sehingga semua pernyataan dapat dinyatakan telah memenuhi syarat dari standar *convergent validity*.

Untuk melihat *convergent validity* juga dapat dilihat melalui uji AVE, hasil uji AVE (*average variance extracted*), sebagai berikut:

Tabel IV.10 Hasil Uji AVE (*Average Variance Extracted*)

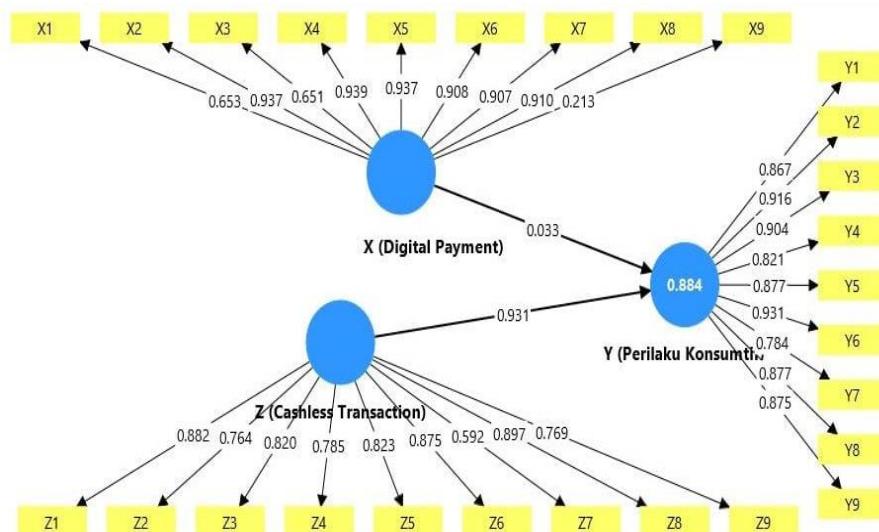
Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Digital Payment	0,668	Valid
Perilaku konsumtif	0,763	Valid
Cashless Transaction	0,649	Valid

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3 (2025)

Berdasarkan tabel IV. 10, hasil uji menunjukkan bahwa nilai dari setiap indikator lebih besar dari nilai $>0,5$ maka, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan yang diajukan pada variabel eksogen (X) dan variabel endogen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hasil dari uji *validitas konvergen (convergent validity)* dapat dilihat pada gambar *loading factor* bagian hasil *running data PLS Algorithm*, yaitu sebagai berikut:

Gambar IV.1 Hasil Loading Factor Seluruh Variabel



Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3(2025)

Berdasarkan gambar IV.1 diatas merupakan gambaran hasil loading factor seluruh variabel yang dimana setiap nilai item pernyataan per variabel masing-masing dapat dilihat dan tertera dipanahnya masing- masing, yang dimana dapat dilihat bahwa semua item pernyataan setiap variabel dinyatakan valid.

2. *Discriminant Validity*

Model pengukuran dengan uji *validitas diskriminan* dengan melihat nilai *cross loading* untuk mengukur valid atau tidaknya item indikator. Validitas

diskriminan berprinsip bahwa variabel konstruk yang berbeda tidak boleh lebih tinggi korelasinya. Berikut merupakan hasil uji validitas diskriminan berdasarkan nilai *cross loading*.

Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Kode Item	Digital Payment (X)	Perilaku Konsumtif (Y)	Cashless Transaction (Z)
X1	0.653	0.265	0.244
X2	0.937	0.217	0.206
X3	0.651	0.296	0.274
X4	0.939	0.248	0.237
X5	0.937	0.217	0.206
X6	0.908	0.196	0.201
X7	0.907	0.242	0.238
X8	0.910	0.208	0.192
X9	0.213	0.007	-0.018
Y1	0.279	0.867	0.826
Y2	0.203	0.916	0.888
Y3	0.296	0.904	0.879
Y4	0.227	0.821	0.759
Y5	0.284	0.877	0.831
Y6	0.358	0.931	0.882
Y7	0.163	0.784	0.732
Y8	0.199	0.877	0.783
Y9	0.212	0.875	0.790
Z1	0.172	0.827	0.882
Z2	0.338	0.659	0.764
Z3	0.291	0.851	0.820
Z4	0.280	0.639	0.785
Z5	0.136	0.837	0.823
Z6	0.204	0.749	0.875
Z7	0.205	0.553	0.592
Z8	0.153	0.831	0.897
Z9	0.223	0.785	0.769

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3 (2025)

Berdasarkan tabel IV.11, hasil uji menunjukkan bahwa nilai korelasi indikator dengan variabel itu sendiri lebih besar daripada nilai korelasi indikator dengan variabel lain. 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

Pada umumnya, standar minimum skor koefisiensi yang disyaratkan pada *composite reliability* dalam pengujian reliabilitas sebesar $> 0,7$. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas berdasarkan *cronbach's alpha*.

Tabel IV.12 Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Digital Payment	0,927	0,948	Reliabel
Perilaku konsumtif	0,961	0,963	Reliabel
Cashless Transaction	0,930	0,939	Reliabel

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3(2025)

Berdasarkan tabel IV. 12, hasil uji *cronbach's alpha* dan *composite reliability* menunjukkan bahwa nilai dari masing-masing variabel lebih besar daripada nilai *rule of thumb* ($>0,7$). Sehingga, dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel. Nilai yang diperoleh $>0,8$, 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.

c. Model Struktural (*innermodel*)

Berikut hasil pengujian *inner model* yang dapat dilihat pada tabel *R-square adjusted* penelitian ini:

Tabel IV.13 Hasil Uji R-square Adjusted

	R-square	R-square Adjusted
Perilaku Konsumentif	0,884	0,880

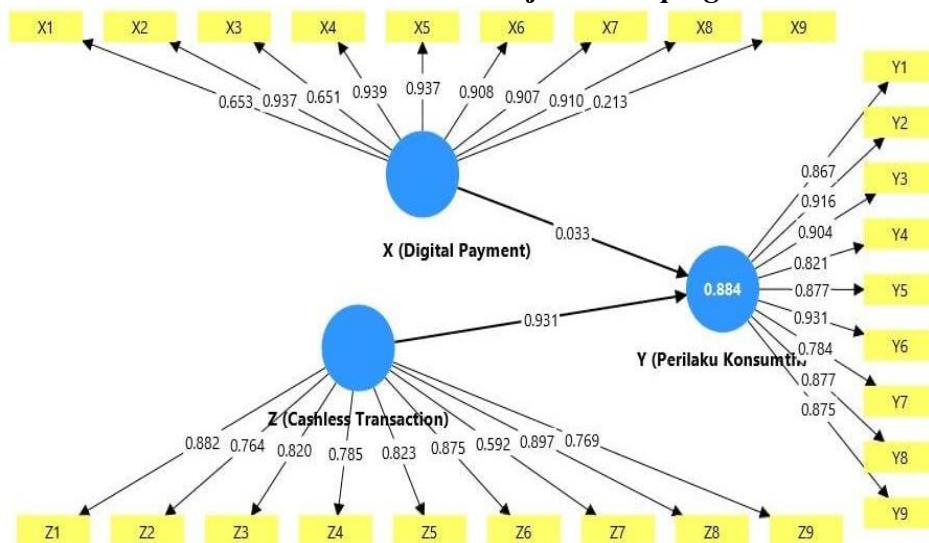
Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3 (2025)

Tabel IV.13, R-square menjelaskan variabel perilaku konsumtif yang dapat dijelaskan oleh variabel digital payment sebesar 0,884 artinya variabel X tersebut mempengaruhi variabel Y sebesar 88,4%, sisanya 11,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

d. Uji Hipotesis (*bootstrapping*)

Hasil uji hipotesis (*bootstrapping*),sebagai berikut:

Gambar IV.2 Hasil Uji Bootstrapping



Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3(2025)

Nilai jalur koefisien yang diperoleh melalui bootstrapping digunakan untuk melihat pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Kriteria pengujian menyatakan bahwa nilai t-statistik signifikan jika angka lebih dari 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,1. Kedua kriteria ini digunakan untuk mengevaluasi validitas hipotesis.

Tabel IV.14 Hasil Uji t-statistik

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	PValues
X (Digital Payment)	0,339	0,348	0,061	5,592	0,000
Y (Perilaku Konsumtif)	0,268	0,280	0,048	5,615	0,000
Z (Cashless Transaction)	0,339	0,335	0,065	5,249	0,000

Sumber:Hasil Pengolahan data primer SmartPLS3(2025)

Berdasarkan tabel IV.14, hasil uji dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel X (*Digital Payment*) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,592 > 1,96$ dan nilai p values $0,000 < 0,1$ maka, H_1 diterima yaitu ada pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.
- b. Variabel Y (Perilaku Konsumtif) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,615 < 1,96$ dan nilai p values $0,00 < 0,1$ maka H_2 diterima yaitu ada pengaruh *digital payment* terhadap cashless transaction.
- c. Variabel Z(*Cashles Transaction*) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,249 > 1,96$ dan nilai p values $0,000 < 0,1$ maka, H_3 diterima yaitu ada pengaruh cashless transaction behavior memengaruhi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif

D . Hasil Pembahasan Penelitian

Digital payment adalah metode pembayaran yang menggunakan teknologi digital untuk melakukan transaksi keuangan, seperti pembayaran *online*, *transfer uang*, dan lain-lain. Ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara elektronik, tanpa perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa variabel penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini juga diperkuat berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan seorang mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry yang mengatakan bahwa *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif, selain itu *cashless behavior* membuat lebih mudah untuk melakukan pembelian, tidak perlu repot-repot membawa uang tunai dan dapat melakukan transaksi dengan cepat. Ia merasa *digital payment* membuatnya lebih boros dalam melakukan pengeluaran, tetapi *cashless transaction behavior* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsifnya, karena ia lebih sering melakukan pembelian dan memiliki pengeluaran yang lebih besar.

Pada dasarnya perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, me-lainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Dalam hal ini perilaku belanja yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Konsep *cashless* dapat digambarkan menjadi suatu keadaan ekonomi

dimana semua pertukaran atau transaksi yang dilakukan melalui suatu *platform digital*. Teknologi informasi dan internet menjadi sangat penting dalam transaksi non tunai, karena kita tidak lagi menggunakan uang fisik dalam melakukan pertukaran. Sistem pembayaran menjadi sangat berbeda dari keadaan biasanya, karena semuanya akan berbasis digital.

Hasil penelitian ini sejalan teori yang dikemukakan oleh Laila Ramadani menyebutkan bahwa pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi non tunai. Hasil riset ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya.

Seperti yang dibahas dalam penelitian Surya Adi Prakoso, bahwa pemanfaatan teknologi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam kehidupan modern teknologi merupakan sektor paling dominan, teknologi banyak berperan di berbagai bidang terutama dalam mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Teknologi dapat mempengaruhi setiap pola kehidupan, bahkan cara pandang individu. Kemajuan teknologi ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan mahasiswa, sehingga menjadikan perubahan yang begitu besar terhadap pola hidup mahasiswa. *Mobile banking* ini merupakan salah satu bentuk dari kemanfaatan teknologi, maka dapat dikatakan bahwa *mobile banking* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

E . Keterbatasan Penelitian

Agar dapat memperoleh hasil yang baik dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan prosedur yang sesuai dengan panduan yang telah ditentukan oleh Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary. Namun sangatlah sulit untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari penelitian ini. Beberapa keterbatasan yang peneliti rasakan dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel Digital Payment (X), dan variabel Perilaku Konsumtif (Y).
2. Dalam menyebarluaskan kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalah gunakan.
3. Peneliti juga tidak mampu mengontrol semua mahasiswa dalam menjawab angket yang diberikan, apakah mahasiswa memang menjawab sendiri atau hanya asal jawab saja.

Meski terdapat berbagai keterbatasan dan kesulitan dalam penelitian ini, tetapi agar tidak mengurangi makna dari penelitian ini maka peneliti tetap berusaha keras melakukan penelitian ini dengan maksimal. Penelitian ini dapat terselasaikan karena kebaikan hati dengan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil pengoalahan data dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel X (*Digital Payment*) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,592 > 1,96$ dan nilai p values $0,000 < 0,1$ maka, H_1 diterima jadi dapat disimpulkan bahwa digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2. Variabel Y (Perilaku Konsumtif) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,615 < 1,96$ dan nilai p values $0,00 < 0,1$ maka H_2 diterima yaitu ada pengaruh *digital payment* terhadap *cashless transaction*.
3. Variabel Z(*Cashles Transaction*) diperoleh nilai t-statistik sebesar $5,249 > 1,96$ dan nilai p values $0,000 < 0,1$ maka, H_3 . diterima yaitu ada pengaruh cashless transaction behavior memengaruhi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi penelitian adalah konsekuensi atau dampak langsung atas temuan yang telah dihasilkan dari suatu penelitian dan juga merupakan suatu kesimpulan akhir dari penelitian. Melalui implikasi penelitian, diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan variabel dalam penelitian dapat diimplikasikan sebagai berikut:

- a. Mahasiswa diharapkan tidak membeli barang yang sudah dimiliki dari pengaruh merek barang yang berbeda-beda tetapi mempunyai fungsi yang sama.

Ketika akan membeli barang yang sudah dimiliki atau membeli barang hanya untuk koleksi, mahasiswa dapat memikirkan kerugian dari membeli barang tersebut dan keuntungan yang diperoleh ketika tidak membeli barang tersebut.

b. Mahasiswa dapat membantu perusahaan *digital payment* mengembangkan strategi pemasaran lebih efektif untuk meningkatkan penggunaan digital payment dan mengurangi perilaku konsumtif yang tidak sehat. Penelitian ini dapat membantu pengembangan program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Mahasiswa tentang perilaku konsumtif dan penggunaan *digital payment* yang bertanggung jawab.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui hasil penelitian, diharapkan mampu memberikan manfaat-manfaat diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang berperilaku konsumtif agar menghindari hal tersebut karena segala sesuatu yang berlebihan itu tidak baik dan Islam tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah referensi dan memperluas ruang lingkup penelitian sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, Ahmad, ‘3 Keuntungan Pembayaran Digital, Yang Mana Jadi Kesukaanmu? - Universitas Bakrie’
- Dharmawan, K. Y. (2017). *Model Perilaku Konsumtif Yang Kompulsif Dengan Penggunaan Kartu Kredit Sebagai Variabel Mediator* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Dianingsih, Fera Rian, ‘Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN’, *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta,*
- Febianti, Yopi Nisa, Umaroh Umaroh, and Rusdiyana, ‘Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fkip Uggj Cirebon’, *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11.1 (2023), 82–90 <h
- Hidayat, Aziz Alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Books Publishing, 2021)
- Matondang, Zulaika, and Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data : Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Merdeka Kreasi Group, 2022)
- Nasution, Dewi Sartika, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital*, ed. by Muhammad Yusuf, 1st edn (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)
- ‘Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN’
- Prakoso, Suryo Adi, ‘Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku

Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)', *Economic Education Analysis Journal*, 3.1 (2017), 27

Rahardjo, Susilo, and Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes* (Prenada Media, 2022)

Ramadani, Laila, 'Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa', *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8.1 (2016), 1–8
<<https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>>

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 31st edn (Bandung: CV. Alfabeta, 2021)

Sumargo, Bagus, *Teknik Sampling* (Jakarta: UNJ PRESS, 2020)

Susilowati, Wahyu, 'Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Berbusana Di Kalangan Santriwati', 2019, 41–42

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama	:	Randy Huseyn Lubis
NIM	:	2040100002
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Padangsidimpuan ,24 april 2001
Jenis Kelamin	:	Laki Laki
Agama	:	Islam
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Alamat Lengkap	:	Jln. BM Muda GG Hidayah Padangmatinggi Lestari
E-mail	:	Randyhuseyn@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah	:	Sulhan Lubis
Nama Ibu	:	Masitoh Dalimunthe
Perkerjaan Orang tua	:	Wiraswasta
Pendidikan Orang Tua	:	SD/sederajad
Alamat Lengkap	:	Jln. BM Muda GG Hidayah Padangmatinggi Lestari

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD	:	SDN 200212 Padangmatinggi
SMP	:	SMPN 5 Padangsidimpuan
SMA	:	SMAN 3 Padangsidimpuan

IV. MOTO HIDUP

:

JADILAH MATA AIR

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025
Kepada Yth,
Bapak/ Ibu di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Dengan Hormat,

Dengan perantara surat ini, saya bermohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi angket penelitian saya yang berjudul: **PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Untuk pengisian angket ini tidak akan mempengaruhi jawaban Bapak/Ibu, karena isi jawaban Bapak/Ibu bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk penelitian saya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan atas perhatian Bapak/Ibu saya ucapan terimakasih.

Hormat Saya,

Randy Huseyn Lubis

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Bunga Meliana Daulay. M.Si

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MELALUI *CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

Yang disusun oleh:

Nama : Randy Huseyn Lubis

Nim : 20 401 00002

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan: Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. Perbaiki Pada Kalimat Pertanyaan Kuesioner
2. Menambah Jumlah Pernyataan
- 3.

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

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025
Validator

Putri Bunga Meliana Daulay. M.Si

NIND.2021059601

LEMBAR VALIDASI
ANGKET *DIGITAL PAYMENT*

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kecepatan Tanggapan	1, 2 dan 3			
Kualitas Tanggapan	4, 5 dan 6			
Kemudahan Pelaporan	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025

Validator

Putri Bunga Meliana Daulay, M.Si

NIND.2021059601

LEMBAR VALIDASI

ANGKET CASHLESS

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kehandalan	1, 2 dan 3			
Ketanggapan	4, 5 dan 6			
Empati	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025

Validator

Putri Bunga Meliana Daulay. M.Si

NIND.202105960

LEMBAR VALIDASI

ANGKET PERILAKU KONSUMTIF

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kulitas Produk	1, 2 dan 3			
Kualitas Layanan	4, 5 dan 6			
Faktor Emosional	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025

Validator

Putri Bunga Meliana Daulay, M.Si

NIND.2021059601

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Mahasiswa Perbankan Syariah Nim 21 Penggunaan Digital Payment
Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

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

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul "**PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Randy Huseyn Lubis
NIM. 20 401 00002

ANGKET PENELITIAN

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MELALUI *CASHLESS TRANSACTION BEHAVIOR* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : _____

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.

2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list* () pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

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

3. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian.

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Independen (X₁) **DIGITAL PAYMENT**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kecepatan Tanggapan					
1.	<i>Digital payment</i> menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti pembayaran melalui aplikasi atau situs web..					
2.	<i>Digital payment</i> dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih, seperti autentikasi dua faktor dan enkripsi data.					
3.	<i>Digital payment</i> memungkinkan transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien, tanpa perlu menunggu antrian atau melakukan transaksi secara manual					
	Kualitas Tanggapan					
4.	<i>Digital payment</i> mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, sehingga mereka dapat melakukan transaksi dengan cepat dan efisien					
5.	<i>Digital payment</i> tersedia secara luas dan dapat diakses oleh pengguna di berbagai lokasi.					
6.	<i>Digital payment</i> memiliki sistem keamanan yang canggih untuk melindungi data pengguna dan mencegah penipuan					
	Kemudahan Pelaporan					
7.	<i>Digital Payment</i> dapat diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat, seperti smartphone, tablet, atau komputer					
8.	<i>Digital Payment</i> menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang transaksi, termasuk tanggal, waktu, jumlah, dan jenis transaksi.					
9.	Sistem memiliki antarmuka yang mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna <i>Digital Payment</i> .					

B. Angket Variabel Depende (Y) Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kualitas Produk					
1	Produk yang memiliki desain menarik dan estetika yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
2	Produk yang memiliki kualitas bahan dan konstruksi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
3	Produk yang memiliki merek dan reputasi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
	Kualitas Layanan					
4.	Layanan yang memiliki keamanan dan privasi yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
5.	Layanan yang memiliki empati dan kesabaran dalam menanggapi kebutuhan konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
6.	Layanan yang memiliki komunikasi yang jelas dan efektif dapat mempengaruhi perilaku konsumtif					
	Faktor Emosional					
7.	Iklan dapat mempengaruhi emosi konsumen dan membuat mereka melakukan pembelian.					
8.	Konsumen mungkin melakukan pembelian untuk menunjukkan identitas dan status sosial mereka					
9.	Teman dan keluarga dapat mempengaruhi emosi konsumen dan membuat mereka melakukan pembelian.					

C. Angket Variabel Mediasi (Z) CASHLESS

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SSk	S	KS	TS	STS
	Kehandalan					
1	Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menggunakan transaksi tanpa uang tunai					
2	Mengembangkan infrastruktur yang mendukung transaksi tanpa uang tunai					
3.	Mengembangkan layanan yang memudahkan masyarakat untuk menggunakan transaksi tanpa uang tunai.					
	Ketanggapan					
4.	promosi dan edukasi tentang pentingnya menggunakan transaksi tanpa uang tunai telah meningkatkan kesadaran masyarakat					
5.	Keamanan transaksi <i>cashless</i> telah meningkatkan kepercayaan masyarakat.					
6.	Kemudahan penggunaan teknologi <i>cashless</i> telah meningkatkan ketanggapan masyarakat.					
	Empati					
7.	Memahami kesulitan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti kesulitan dalam menggunakan aplikasi atau kesulitan dalam mencari mesin ATM					
8.	Memahami kebutuhan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti kebutuhan untuk melakukan transaksi dengan cepat dan mudah.					
9.	Menghargai pengalaman pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, seperti menghargai kemudahan dan kecepatan transaksi.					

Padangsidimpuan, 18 Februari 2025

Responden

41	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
42	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
44	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
58	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43

Data Tabulasi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Data Tabulasi Variabel *Cashless transaction behavior* (Z)

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 : 1754 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

21 Mei 2025

Yth; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.
Di Padangsidimpuan

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

Nama : Randy Huseyn Lubis
NIM : 2040100002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi**". 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 Isl



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 Silitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1AGd/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025 27 Mei 2025
Sifat : Biasa
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP : 197905252006041004
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina Tk.I /IVb
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Randy Huseyn Lubis
NIM : 2040100002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada tanggal 1 Februari 2025 s/d 1 April 2025 dengan Judul "**Pengaruh Digital Payent Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Cashless Transaction Behavior Sebagai Variabel Mediasi**".

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

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

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.