



**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE*
DAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY (E-
MONEY)* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh :

FIONA TRI ULFA

NIM. 18 402 00012

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

2023



**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE*
DAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY (E-
MONEY)* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA
PADANGSIDIMPUAN**

PROPOSAL

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh :

FIONA TRI ULFA

NIM. 18 402 00012

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

2023



**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE*
DAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY*
(*E-MONEY*) TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN
SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh :

FIONA TRI ULFA
NIM. 18 402 00012

PEMBIMBING I

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Fiona Tri Ulfa**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, oktober 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n.**FIONA TRI ULFA** yang berjudul "**Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada 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 kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 198405122014032002

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Fiona Tri Ulfa
NIM : 18 402 00012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh *Financial Literacy*, *Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 30 November 2022

Saya yang Menyatakan,



Fiona Tri Ulfa
NIM. 18 402 00012

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Fiona Tri Ulfa
NIM : 18 402 00012
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 30 November 2022

Saya yang menyatakan,



FIONA TRI ULFA
NIM. 18 402 00012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : FIONA TRI ULFA
NIM : 18 402 00012
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E-Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870413 201903 2 011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870413 201903 2 011

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Zulaika Matondang, M. Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/14 Desember 2022
Pukul : 14.00 Wib – 17.00Wib
Hasil/Nilai : Lulus/77,75 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE* DAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC MONEY (E-MONEY)* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : **FIONA TRI ULFA**

NIM : **18 402 00012**

TANGGAL YUDISIUM : **28 JANUARI 2023**

IPK : **3,75**

PREDIKAT : **PUJIAN**

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

Padangsidimpuan, 21 Februari 2023
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Fiona Tri Ulfa
Nim : 1840200012
Judul : Pengaruh *Financial Literacy*, *Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E-Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan yang berperilaku konsumtif. Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan yang telah memiliki wawasan mengenai konsumsi dalam Islam sudah seharusnya positif dalam konsumsinya. Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti masih banyak mahasiswa yang berperilaku konsumtif, hal ini dikarenakan adanya pengaruh dari berbagai faktor, diantaranya pengetahuan mahasiswa mengenai *financial literacy* yang belum sepenuhnya diaplikasikan oleh semua mahasiswa, *life style* mahasiswa yang semakin tinggi serta penggunaan *Electronic Money* yang mudah meningkatkan belanja mahasiswa semakin tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *Electronic Money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berhubungan dengan perilaku konsumtif, *theory of planned behavior*, teori *technology acceptance model*, serta teori yang dijelaskan oleh Hawkins tentang gaya hidup.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan jumlah responden sebanyak 95 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji parsial (t) dan uji Simultan (f). Proses pengolahan data dengan menggunakan *SPSS versi 25 Tahun 2022*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan. Sedangkan secara simultan *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan. Uji koefisien determinasi variabel *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* mampu menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan. sebesar 0,558 yang berarti 55,8% sedangkan sisanya 41,3% dijelaskan oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Electronic Money*, *Financial Literacy*, *Life Style*, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad Shallallaahu 'alaihi wassallam, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Pengaruh *Financial Literacy*, *Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan**” ditulis untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syahada Padangsidempuan, 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 Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Armyn Hasibuan, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M. Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.
4. Ibu pembimbing I Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I. selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syahada Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.

7. Terima kasih kepada seluruh mahasiswa FEBI UIN Syahada khususnya angkatan 2019, 2018, 2017 dan 2016 yang telah bersedia berpartisipasi dalam pengisian kusioner yang dibutuhkan peneliti. sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Aladdin Sitompul dan Ibunda Rosita Siregar, untuk dukungan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada peneliti. Tidak lupa pula nasehat disaat peneliti lemah serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan peneliti. Semoga peneliti berkesempatan membawa kebahagiaan dunia akhirat bagi mereka. Aamiin.
9. Kepada kakak dan abang tercinta, Lisna Wati Sp.,d dan Hardian S.p . Yang tidak bosan-bosannya memberikan nasehat disaat peneliti lemah serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, Dan terima kasih telah membuat warna dalam kehangatan keluarga Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
10. Terima kasih kepada sahabat- sahabat saya Estiani Fadzlia dan Juliyanti Sitompul yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada kawan seperjuangan di kala suka dan duka selama perkuliahan Satrina Muliani, Minni Mutiah, Winni Silvia dan Fitri. Terima kasih atas keceriaan selama ini, terimakasih telah menjadi teman yang selalu memotivasi untuk penyelesaian skripsi ini..

12. Kepada sahabat yang sudah seperti keluarga bagi saya Manajemen Bisnis-1 yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
13. Untuk orang-orang yang pernah menemani peneliti terima kasih atas segalanya sehingga peneliti termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Terkhusus untuk diri sendiri, terima kasih untuk terus sabar dan berjuang sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Walaupun telah banyak kekhawatiran dan air mata yang dikeluarkan. Alhamdulillah Allah Maha baik dan terus memberikan petunjuk bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberi petunjuk dan kemudahan bagi peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karena tanpa pertolongan-Nya, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih serta mempersembahkan karya ini. Semoga bermanfaat bagi orang banyak sehingga menjadi amal jariyah bagi kita.

Padangsidempuan, November 2022

Peneliti

FIONA TRI ULFA
NIM. 18 402 00012

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem 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 transliterasinya 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	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (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	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
.....ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di bawah
.....و	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat 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).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system 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.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا ج. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. 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.

- b. 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.

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'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 bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. 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 capital 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.

9. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Definisi Operasional Variabel	12
F. Tujuan Penelitian	15
G. Manfaat Penelitian	15
H. Sistematika pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Kerangka teori.....	18
1. Perilaku Konsumtif	18
2. Financial Literacy (Literasi keuangan).....	25
3. <i>Life Style</i> (Gaya Hidup).....	30
4. <i>Electronic money (e-money)</i>	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir.....	39
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi penelitian	41
B. Jenis penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel.....	42
D. Sumber Data.....	43
1. Data primer.....	43
2. Data Sekunder	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Teknik Kuesioner	44
2. Teknik Wawancara.....	44
3. Teknik Dokumentasi	45
F. Uji Validitas dan Uji Realibitas	45

1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
G. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
2. Uji Hipotesis.....	49
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Sejarah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.	52
2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.....	54
3. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.....	55
4. Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan	57
B. Deskripsi Data Penelitian	58
1. Gambaran Umum Responden.....	58
C. Hasil Analisis Data.....	59
1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	59
2. Hasil Uji Normalitas.....	64
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4. Hasil Uji hipotesis	70
5. Hasil Analisis linier Berganda.....	74
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
E. Keterbatasan Penelitian	81
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi manusia sangat dipengaruhi oleh zaman yang semakin hari semakin berkembang. Baik kemajuan dari sisi teknologi, maupun informasi. Serta kehidupan manusia yang cenderung dinamis. Saat ini masyarakat sekarang lebih sering mengonsumsi di luar kebutuhan pokok (primer). konsumsi sekarang lebih mengarah seperti gaya hidup. Ada juga konsumen yang membeli merek tertentu secara spontan tanpa pemikiran panjang, karena desain kemasannya yang canggih dan menarik saja. Keputusan yang diambil bukan merupakan pertimbangan rasional namun hanya karena alasan emosional semata.¹

Berbicara mengenai budaya konsumtif, pada zaman yang supermaju dalam konteks teknologi dan sarana prasarana, masyarakat seakan-akan terbuai didalamnya. Budaya konsumtif tidak dipahami hanya sebatas makanan, tetapi juga konteks budaya konsumtif sangat luas. Budaya konsumtif juga dapat diartikan sebagai perilaku masyarakat yang berorientasi pada proses pemakaian dan mengonsumsi segala hal yang ada pada kebutuhan mereka tanpa memedulikan klafikasi kebutuhan, yaitu primer, sekunder dan tersier.²

¹Erna Ferrinnadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 145.

²Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 17.

Berdasarkan jurnal hasil penelitian Fattah, Indriayu & Sunarto perilaku konsumtif adalah suatu perilaku dimana seorang konsumen membeli produk hanya dengan sedikit pertimbangan dan dominan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.¹ Secara makro tingkat konsumsi masyarakat yang meningkat merupakan suatu hal yang bagus, dikarenakan hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, tapi sebaliknya ditinjau dari sisi mikro (individu), konsumsi masyarakat yang meningkat akan menjadi *problem* karena menandakan bahwa hal tersebut menjadi suatu tren konsumsi masyarakat yang bernilai marjinal tinggi dan tentu saja hal ini bisa menyebabkan konsumsi yang berlebihan.

Fenomena ini akan menjadi ancaman yang serius bagi masa depan masyarakat bila hal ini banyak terjadi pada diri seorang remaja. Sebab setiap diri individu terbentuk saat mereka remaja. Salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian dari remaja, apabila disesuaikan dengan umur remaja masyarakat Indonesia. Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat pada umumnya yang memiliki pemenuhan akan kebutuhannya sendiri.

Sebagai mahasiswa terdapat banyak kebutuhan yang harus dipenuhi. Yang terdiri dari alat tulis menulis, buku paket kuliah, tempat tinggal, biaya transportasi dari rumah ke kampus dan sebaliknya. Serta alat penunjang

¹Fattah Sunarto F., A dan Indriayu, M, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Konsumtif Siswa Sma Muhammadiyah 1 Karanganyar," *Jurnal Pendidikan Dan Bisnis Ekonomi* Vol. 4, No. 1 (2018), hlm. 12.

lainnya yang menjadi keperluan pada saat perkuliahan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentunya akan ada pengeluaran yang dibutuhkan.

Dalam hal ini mahasiswa sangat penting untuk memahami literasi keuangan. Bagi sebagian besar mahasiswa, masa perkuliahan merupakan langkah awal bagi mereka dalam mengelola keuangannya sendiri tanpa adanya pengawasan dari orangtua. Mahasiswa akan mengalami berbagai permasalahan yang baru serta lingkungan yang baru tanpa adanya pengawasan secara langsung dari orangtua. Untuk itu mahasiswa dituntut untuk bisa mandiri yang bertanggung jawab dalam segala hal, salah satunya mengenai masalah keuangan.²

Berdasarkan pengamatan peneliti mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan sudah mendapatkan pengetahuan serta wawasan yang cukup tentang ilmu ekonomi, seperti apa cara mengelola keuangan, waktu dan mengontrol diri, karena telah mempelajari mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen dan keuangan. Oleh karena itu, sudah semestinya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan harus mampu menanamkan sikap positif dalam konsumsinya. Namun kenyataan yang terjadi masih banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan yang berperilaku konsumtif.

² Muh. Ibnu Iqbal, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado," 2020, hlm. 6.

Hal itu terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, yang dimana wawancara dan pengamatan dilakukan pada bulan Maret 2022 kepada 5 orang mahasiswa mengenai konsumsi mereka setiap harinya. Dari 5 mahasiswa yang telah diwawancarai terdapat 4 orang mahasiswa yang lebih dominan berperilaku konsumtif. Hal itu terbukti dengan hasil wawancara bersama saudara Nur Azizah Pohan, Dewi Sartika, Nur Anisa Hasibuan, Gunawan Silalahi dan Ahmadi Rizal.

Perilaku konsumtif tersebut dapat dijelaskan dengan pernyataan mahasiswa yang lebih sering membeli barang untuk memenuhi keinginannya dan tidak didasarkan pada kebutuhan, lebih mengutamakan keinginan daripada menabung atau investasi, membeli barang dikarenakan ketertarikan dengan *discount*, memilih menghabiskan waktu luang dengan jalan- jalan, serta pergi ke tempat makan. Untuk mempermudah mendapatkan *discount* atau *cashback* mahasiswa juga menggunakan media *electronic money* yaitu sebagai transaksi pembayaran khususnya untuk belanja *online*. Selain karena sedang *tren electronic money* tersebut juga mempermudah penyimpanan uang dan mempermudah transaksi pembayaran.³ Akibatnya mahasiswa seringkali membelanjakan uang mereka bukan untuk kebutuhan namun hanya sekedar keinginan demi mengikuti tren/ gaya hidup.

³Hasil Wawancara dari Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan,” 12 Maret 2022, Pukul 15.00.

Gaya hidup merupakan bagaimana seseorang, yaitu bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakainnya karena menyesuaikan dengan lingkungannya. Intinya perubahan gaya hidup akan mempengaruhi konsumsi seseorang.⁴

Sekarang ini remaja khususnya mahasiswa ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sekitarnya, dengan melakukan berbagai cara untuk berusaha menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan setiap orang berbeda dan tentu saja berbeda dengan yang lain. Para mahasiswa sering kali ingin menunjukkan diri mereka bahwa mereka bisa mengikuti suatu hal yang sedang tren (*viral*) misalnya. Tanpa memikirkan kemampuan mereka. Gaya hidup konsumtif mahasiswa juga terkait dengan karakteristik mahasiswa yang mudah terbujuk dengan hal hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang.⁵

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, gaya hidup konsumtif oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan juga bisa terlihat dari mereka yang lebih tertarik mempergunakan uang jajannya untuk membeli bermacam produk *branded* agar tidak tertinggal dengan *trend* terkini serta dipuji oleh teman

⁴Ujang Sumarwan, *Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 45.

⁵Shintya Novita Sari, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau," 2021, hlm. 2.

disekitarnya. Mahasiswa lebih mendahulukan hal tersebut daripada membeli peralatan yang lebih *urgent* untuk keperluan kampus seperti notebook dan binder untuk menunjang perkuliahan. Aktivitas ikut ikutan tren ini menyebabkan diri tanpa sadar membeli produk yang digunakan hanya untuk mengikuti tren dan membuat diri mahasiswa terjebak kedalam perbuatan konsumtif. Mahasiswa seringkali membelanjakan uang mereka bukan untuk kebutuhan namun hanya sekedar keinginan demi mengikuti tren/ gaya hidup. Apalagi saat ini dipermudah oleh teknologi yang semakin canggih. Tersedianya *online shop* yang bahkan pembayaran bisa dilakukan secara elektronik.

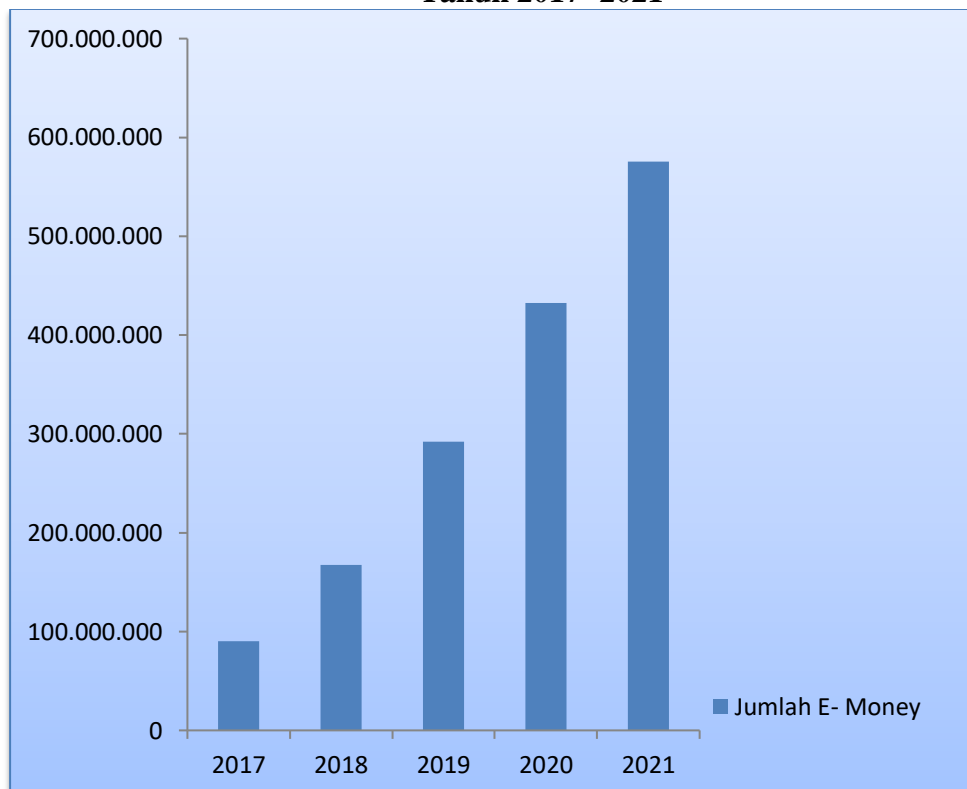
Uang elektronik (*E-Money*) merupakan suatu alat pembayaran yang sah nontunai dengan nominal uang yang dicantumkan sama terhadap jumlah uang yang disetorkan awalnya oleh pemilik uang elektronik kepada penerbit. Nilai uang akan disimpan secara elektronik ke dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, dan bisa ditransfer untuk kebutuhan transaksi pembayaran.

Financial Technology yang semakin berkembang saat ini akan menjadi salah satu perubahan gaya hidup yang tinggi. Sistem pembayaran berubah sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi. Awalnya Sistem pembayaran hanya mempergunakan uang *cash* sebagai pembayaran, dan

sekarang telah berkembang serta berinovasi menjadi pembayaran non tunai atau yang biasa disebut pembayaran elektronik.⁶

Berdasarkan informasi melalui Bank Indonesia jumlah *electronic money* yang telah beredar di Indonesia yaitu semakin banyak. Hal ini bisa dibuktikan dengan data dari www.bi.go.id (2022)⁷

Gambar I.1
Jumlah *Electronic money* beredar di Indonesia
Tahun 2017- 2021



Sumber : Bank Indonesia (2022)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa penggunaan uang non tunai oleh masyarakat telah mengalami kenaikan yang sangat pesat.

⁶Prasetia, Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (Velocity Of Money) Di Indonesia. *Skripsi. Tangerang (ID): Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 2018.

⁷ www.bi.go.id, Diakses pada Tanggal 19 Maret 2022, Pukul 13.00.

Terlihat dari kenaikan jumlah *electronic money* yang beredar di Indonesia pada tahun 2017 ke tahun 2021 yakni dari Rp.90,003,848 *electronic money* menjadi Rp.575,323,419 *electronic money* menunjukkan penggunaan *electronic money* yang semakin meningkat. Alat pembayaran melalui *e-money* akan dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat menjadi lebih mudah dan lebih konsumtif.

Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut sejauh mana ketertarikan Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan dalam penggunaan *e-money* serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumsinya dengan melakukan penyebaran kusioner melalui *google formulir*. Dari 37 mahasiswa yang diberikan kusioner terdapat 34 mahasiswa FEBI yang menggunakan *e-money*, Baik *link aja*, *Ovo*, *Gopay*, *Shopee pay*, *M-banking* dan lain- lain.⁸ Dengan alasan yang dominan yaitu menjadi mudah dalam belanja online serta banyak *discount* ketika *e-money* digunakan sebagai alat pembayaran.

Berdasarkan fakta diatas peneliti dapat mengetahui bahwa penggunaan *e-money* oleh mahasiswa fakultas FEBI UIN Syahada Padangsidempuan sangat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa lebih sering berbelanja dikarenakan banyak *discount* yang ditawarkan dan prosesnya lebih mudah melakukan pembelian.

⁸Hasil Kuesioner Dari Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan,” 20 Maret 2022, Pukul 09.00.

Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan selaku mahasiswa program studi ekonomi syariah yang sudah mempelajari ekonomi Islam dan bagaimana seharusnya mengkonsumsi dalam Islam, haruslah mampu mengaplikasikan pengetahuan yang didapatkan guna menjadi contoh bagi umat Islam lainnya. Namun fakta yang terjadi adalah masih banyak mahasiswa yang lebih sering membeli barang untuk memenuhi keinginannya tidak didasarkan pada kebutuhan, lebih mengutamakan keinginan daripada menabung atau investasi, membeli barang dikarenakan ketertarikan dengan *discount*, mahasiswa yang mudah terpengaruh dengan hal hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang, memilih menghabiskan waktu luang dengan jalan-jalan, serta pergi ke tempat makan, dan *electronic money* yang mempermudah penyimpanan uang dan mempermudah transaksi pembayaran mengakibatkan mahasiswa lebih sering belanja *online*.

Dalam ekonomi Islam, Islam melarang pola konsumsi yang sering berlebihan dan boros. Menurut Afzalur Rahman Israf atau royal mengandung tiga arti yaitu menghambur-hamburkan kekayaan padahal hal yang diharamkan, seperti mabuk-mabukan, pengeluaran yang berlebihan pada hal-hal yang diharamkan tanpa peduli apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan, hanya sekedar pamer belaka.⁹

⁹Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 108-109.

Berdasarkan masalah penelitian ini, peneliti dapat mengetahui bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan diakibatkan karena kondisi internal dan eksternal. Hal ini didukung oleh pernyataan Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi dalam bukunya sebagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.¹⁰ Yang mana diantara faktor internal yaitu gaya hidup digunakan peneliti sebagai salah satu variabel independen(bebas).

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengkaji manfaat yang bisa dipetik dari pengaruh *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* terhadap konsumsi. Dalam penelitian Maulidysneni Nurvita Sukma dan Clara Shinta Canggih menyimpulkan bahwa: “jika semakin tinggi penggunaan *electronic money* maka probabilitas pola konsumsi semakin rendah. Dan jika semakin tinggi gaya hidup maka probabilitas pola konsumsi juga akan semakin rendah pula.¹¹ Hermin Nainggolan dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa: “ penggunaan *electronic money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pekerja produksi PT Pertamina RU V Balikpapan .”¹²

¹⁰Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia), 2013), hlm. 235.

¹¹Maulidysneni Nurvita Sukma Clara Shinta Canggih, “Pengaruh Electronicmoney, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Konsumsi Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 7, No 1 (2021), hlm. 209-215.

¹² Hermin Nainggolan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan Electronic Money Terhadap Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan,” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* Vol 5., No 1 (2022).

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai konsumtif dengan mengangkat judul penelitian yaitu “**Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan**”.

B. Identifikasi Masalah

Sesuai masalah yang telah dijelaskan sebelumnya didalam latar belakang , maka identifikasi yang bisa diambil oleh peneliti yaitu :

1. Kurangnya Pemahaman Mahasiswa tentang pengelolaan uang khususnya uang pribadi
2. Pengetahuan mengenai literasi keuangan belum sepenuhnya diaplikasikan dengan baik dalam mengatur keuangan pribadi.
3. Gaya hidup yang menjadi sasaran utama dizaman sekarang ini. Dan pandangan orang lebih diutamakan daripada kebutuhan sendiri.
4. Gaya hidup yang bersifat boros yang hanya mengandalkan iming-iming diskon akan membuat kegagalan dalam mengelola keuangan
5. Perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin tinggi, lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya.
6. E- money yang semakin hari semakin banyak peminatnya.yang mengakibatkan mahasiswa sering tertarik untuk berbelanja dikarenakan kemudahan dan *discount* yang ditawarkan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah Batas-batas suatu konsep penting untuk ditentukan agar suatu istilah menjadi lebih jelas. Agar tidak menyimpang, keterbatasan operasional penelitian ini adalah variabel bebas (X) yang termasuk yaitu *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* serta variabel terikat (y) yaitu perilaku konsumtif.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya oleh peneliti yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh penggunaan *electronic money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan ?
4. Apakah *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan ?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional adalah suatu variabel penelitian yang di buat guna memaknai maksud dari setiap variabel dalam suatu penelitian sebelum dilakukannya suatu analisis, dan juga referensi pengukuran datang dari mana. Variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel

dependen(terikat) dan independen (bebas). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Perilaku konsumtif dan variabel independen yaitu *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money*.

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Financial Literacy</i> (X1)	Wawasan dan pemahaman finansial dipergunakan guna memberikan pilihan finansial yang baik dan dapat memberikan kesejahteraan finansial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang keuangan pribadi secara umum 2. Tabungan dan pinjaman 3. Asuransi 4. Investasi 	Ordinal
2	<i>Life Style</i> (X2)	Gaya hidup menjelaskan totalitas diri individu dalam berkomunikasi dengan sekitarnya. Gaya hidup seseorang itu bisa dilihat melalui bagaimana cara berpenampilan,kebiasaan dan lain sebagainya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan 2. Keinginan 3. Opini/ pendapat 	Ordinal
3	<i>Electronic Money</i> (X3)	Suatu produk <i>stored-value</i> atau <i>prepaid</i> yang diterapkan untuk negoisasi internet melalui elektronik yaitu dimana uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat dan keuntungan 2. Kemudahan 3. Kepercayaan 	Ordinal

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
4	Perilaku konsumtif (Y)	Suatu perlakuan mengkonsumsi produk atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan serta tanpa adanya pertimbangan secara rasional atau dengan kata lain hanya mengutamakan keinginan semata.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan 4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol/status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri 8. Keinginan mencoba 	Ordinal

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
			lebih dari dua produk sejenis.	

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan ?
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh penggunaan *electronic money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan?

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menambah dan memperkuat ilmu pengetahuan, guna memperluas wawasan dan mengkaji masalah-masalah fakta yang terjadi khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif. Bagi peneliti, hal ini dapat mengembangkan wawasan yang fokus terhadap peningkatan pengetahuan mengenai literasi keuangan yang bisa memberikan pengetahuan untuk

mengendalikan keuangan yang nantinya berpengaruh bagi kehidupan manusia.

2. Bagi Mahasiswa dan masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pengetahuan bagaimana tentang pentingnya literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan yang efektif sehingga tercapai kesejahteraan keuangan dan terhindar dari perilaku konsumtif. Serta menjadi perantara pembelajaran bagi mahasiswa yang memiliki jenis penelitian yang sama.

3. Bagi Lembaga/instansi penelitian,

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada pihak akademik untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan mengatur cara belajar yang efektif dan efisien. Karena pentingnya manajemen keuangan bagi mahasiswa dalam pembentukan literasi keuangan bagi mahasiswa guna terhindar dari perilaku konsumtif.

H. Sistematika pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan setiap bab terdiri sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah yang mendasari penelitian mengenai, batasan masalah, rumusan masalah, defenisi operasional variabel, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Secara umum seluruh pembahasan latar belakang menjelaskan masalah atau alasan atau fenomena

yang terjadi pada penelitian dan masalah tersebut dibagi menjadi beberapa poin sebagai batasan masalah dan identifikasi masalah.

Bab II Berisi Landasan Teori yang terdiri dari: landasan teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori atau konsep yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian. Secara umum kerangka teori menjelaskan variabel-variabel penelitian dan peneliti membandingkan dengan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian yang terdiri dari: lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan analisis data. Secara umum metodologi penelitian ini sebagai aturan yang digunakan pada saat penelitian.

Bab IV yang berisi pembahasan tentang hasil penelitian yang tersusun data-data yang diolah.

Bab V adalah penutup yang berhubungan dengan kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Sumarwan perilaku konsumen merupakan akar utama dari ilmu ekonomi. Teori perilaku konsumen juga salah satu landasan teori ekonomi mikro yang sangat esensial. Sumarwan berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan seluruh aktivitas, tindakan dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk atau jasa setelah melakukan evaluasi terlebih dahulu.¹

Perilaku konsumen juga diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh seorang konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.² Perilaku konsumtif adalah suatu sikap seseorang yang cenderung mengkonsumsi barang atau jasa hanya untuk kesenangan tidak memperhatikan manfaatnya dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Dalam pandangan ini dapat disimpulkan bahwa Perilaku konsumtif itu berarti mengkonsumsi barang maupun jasa secara berlebih-

¹Nasib, dkk, *Perilaku Konsumen Studi Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi*, (Yogyakarta: Nuta Media, 2021), hlm. 2-3.

²Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 32.

lebih serta membeli produk bermacam macam demi kepuasan diri agar terlihat lebih berbeda dengan individu lain. Perilaku konsumtif merupakan pemenuhan dan pembelian kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.³

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Sumartono yang menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan keinginan bukan kebutuhan. Penelitian mengacu pada teori tersebut karena definisi yang dijelaskan dapat diaplikasikan pada responden dalam penelitian ini. Teori ini juga mampu menggambarkan perilaku konsumtif secara lengkap, sehingga tepat digunakan untuk menjawab dan mendeskripsikan permasalahan dalam penelitian ini.⁴

b. Ciri ciri Perilaku Konsumtif

Delapan ciri- ciri Perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Membeli karena penawaran hadiah yang menarik
- 2) Membeli karena kemasan yang menarik
- 3) Membeli Produk untuk menjaga penampilan diri atau gengsi.
- 4) Membeli barang karena adanya diskon.
- 5) Cenderung membeli barang yang dirasa bisa menjaga status sosial.

³Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*,(Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 31

⁴Sumartono Dalam Priscilla Irene Sudiro, "Pengaruh Financial Literacy, Uag Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10, No. 1. (2022), hlm.163

- 6) Memakai suatu produk karena pengaruh model yang mengiklankan.
- 7) Berpikir bahwa membeli barang dengan harga yang tinggi akan meningkatkan rasa percaya diri.
- 8) Membeli suatu barang sejenis tapi dengan merek yang berbeda.⁵

c. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi dalam Islam juga harus berpedoman terhadap ajaram Islam, yang mana diantara ajaran Islam terkait konsumsi yaitu pentingnya dalam memperhatikan orang lain, dalam sebuah hadis dijelaskan bahwa setiap orang muslim wajib membagi makanan yang dimasaknya kepada tetangganya yang merasakan bau makanan dari masakan tersebut.juga diharamkan bagi bagi seorang muslim hidup dalam keadaan berlebih- lebihan sedangkan tetangganya ada yang sedang kelaparan. Seorang muslim harus lebih mempertimbangkan mashlahah daripada utilitas. Yang tentu saja hal tersebut adalah tujuan dari kegiatan konsumsi dalam Islam. Dengan pencapaian mashlahah ini seorang Islam telah menjalankan syariat islam (maqashid syariah).⁶

Yusuf al-Qardhawi berpendapat bahwa konsumsi merupakan penggunaan produk halal dalam batas wajar untuk menumbuhkan umat manusia yang aman dan jaya. ⁷ Namun konsumsi yang dimaksud tidak

⁵ Muhammad Pedy Purnama, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19," *Skripsi* , 2020., hlm. 19-20.

⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 128.

⁷ *Ibid.*, hlm.98.

sekedar makan dan minum. Akan tetapi, konsumsi melibatkan semua penggunaan barang dan jasa serta penggunaannya dalam hal pemenuhan kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Namun dalam mengkonsumsi sesuatu tidak boleh berlebihan. yang seperti inilah yang disebut dengan konsumtif.

Dalam Islam perilaku konsumtif ini sangat dilarang keras oleh Allah, Seperti firman Allah yang terkandung dalam :

Surah Al- A'raf ayat 31.

يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا
وَأَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.⁸

Mardani Menjelaskan dalam bukunya bahwa konsumsi merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi bersifat boros dan berlebih-lebihan. Maksudnya janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-bats yang dihalalkan. janganlah berlebih-lebihan dalam segala hal, baik ketika beribadah dengan menambah cara atau kadarnya demikian juga dengan berpakaian, makan dan minum.

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'anulkarim (Bandung: Al- Qur'an Al-Qosbah, 2020), hlm. 154.

Sesungguhnya Allah tidak menyukai, yakni tidak melimpahkan rahmat dan mendapatkan ganjaran bagi orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun.⁹

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 juga dijelaskan untuk tidak menghambur-hamburkan harta (boros).

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.¹⁰

Berdasarkan ayat-ayat tersebut, pemenuhan kebutuhan dalam pandangan Islam haruslah memberikan kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri. Pemenuhan kebutuhan tersebut didasarkan pada nafsu yang terkendali dan rasionalitas Islami. Artinya Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhannya selama hal tersebut mendatangkan *maslahah*. Tujuan mengkonsumsi dalam ekonomi Islam itu sendiri yaitu untuk mencapai *maslahah*.¹¹

⁹Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Persi, 214), hlm. 92.

¹⁰Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anulkarim* (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2020), hlm.25.

¹¹ Delima Sari Lubis dan Alyman Syahuri Zein, *Pengantar Ekonomi Islam* (Medan : Merdeka Kreasi, 2022), hlm. 155.

d. Teori Konsumsi Islam

Islam menjelaskan bahwa kegiatan ekonomi adalah salah satu cara guna menciptakan mashlahah menuju falah (kebahagian dunia dan akhirat). Teori konsumsi lahir dikarenakan adanya teori permintaan akan barang badan jasa. Sedangkan permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan dan kebutuhan. Dalam islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu.

Nafsu ini memiliki kecenderungan yang baik dan tidak baik. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dalam ekonomi islam didasarkan atas adanya kebutuhan bukan keinginan. Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan menjadikan konsumsi dalam perspektif islam lebih terarah dan terkendali. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu seorang muslim mengkonsumsi dalam hal memenuhi kebutuhannya dengan memikirkan manfaat yang dia peroleh dari apa yang dikonsumsinya.¹²

5 prinsip dasar etika konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu:¹³

- 1) Prinsip Keadilan
- 2) Prinsip Kebersihan
- 3) Prinsip Kesederhanaan
- 4) Prinsip Kemurahan Hati

¹² Sumar'in, *Ekonomi Islam : Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 93.

¹³ Sumar'in, *Ibid.*, hlm 94

5) Prinsip Moralitas

e. Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002), menjelaskan ada beberapa karakteristik Perilaku konsumtif antara lain:

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Pembelian barang engan tujuan hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2) Membeli produk kemasannya menarik

Kemasan yang unik dan berbeda dari yang lain akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3) Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi

Pembelian produk demi menjaga penampilan lebih diutamakan dibandingkan yang lebih produk dibutuhkan.

4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga

Pembelian ini lebih mengutamakan harga dari produk tersebut dibandingkan manfaat.

5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status

Pembelian yang beranggapan dengan memiliki barang tersebut memberikan simbol agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.

6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk

Pembelian ini karena adanya ketertarikan dengan model iklan tersebut atau karena model iklan adalah seorang idola dari konsumen tersebut, sehingga ada ketertarikan untuk memiliki suatu produk yang sama

7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri

Pembelian ini termasuk sesuai kebutuhan akan tetapi lebih mengutamakan produk mahal untuk menambah kepercayaan diri.

8) Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda

Konsumen ini lebih cenderung menggunakan produk yang sejenis namun dengan merek yang berbeda-beda.¹⁴

2. Financial Literacy (Literasi keuangan)

a. Pengertian literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah suatu rangkaian aktivitas atau kegiatan untuk meningkatkan wawasan atau pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen agar mampu mengelola/ mengatur keuangan pribadi lebih efektif.¹⁵

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan dalam rangka meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk kesejahteraan.¹⁶

¹⁴ Udi Rosia Hijrianti dan Andi Muthiah Fitriani, “ Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”, *Jurnal MEDIAPSI*, Vol.6, No. 1. (2020), hlm. 49.

¹⁵ Apriliani Roestanto, *Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Istana Media, 2017), hlm. 1.

¹⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi dan Inklusi Keuangan Serta Perlindungan Konsumen dan Masyarakat Di Indonesia* (medan: Direktorat penelitian kebijakan dan pengaturan edukasi dan perlindungan konsumen, 2019), hlm. 7.

Pengetahuan keuangan ialah kondisi yang diperlukan bagi setiap orang untuk menghindari problem keuangan, disebabkan oleh individu yang sering kali menghadapi *trade-off*, yaitu keadaan di mana individu mesti merelakan satu keuntungan untuk keuntungan lain.

Kesalahan Pengelolaan keuangan (*management errors*), bisa juga menjadi penyebab Masalah keuangan, seperti penyalahgunaan kredit atau kurangnya perencanaan keuangan sejak awal. Keuangan yang terkendala bisa menyebabkan stres dan menghilangnya rasa percaya diri. Dengan literasi keuangan individu akan mampu mengelola perencanaan keuangan pribadinya dan akan mendapatkan peluang dalam hal memaksimalkan nilai waktu dari uang dan keuntungan yang mereka hasilkan.

b. Empat Aspek Keuangan *Financial literacy*¹⁷

Pertama, pemahaman umum yang berkaitan dengan keuangan. Pemahaman mengenai keuangan meliputi pemahaman pribadi yang berkaitan dengan masalah keuangan, yaitu sejauh mana pengelolaan pemasukan dan biaya yang dikeluarkan, dan sejauh mana pemahaman mengenai konsep dasar keuangan. Ruang lingkup keuangan dasar meliputi perhitungan seperti: bunga majemuk, suku bunga sederhana, efek inflasi, biaya peluang, nilai waktu uang, dan likuiditas aset.

Kedua, pemahaman dalam mengelola keuangan. Rancangan dalam pengelolaan keuangan meliputi sejauh mana seseorang dalam mengatur dan

¹⁷ Baiq Fitri Arianti, *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)* (purwokerto selatan: CV. Pena Persada, 2021), hlm. 11-13.

mempelajari keuangan pribadinya. Penerapan keuangan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap seseorang dalam mengelola keuangan. Berkaitan dengan hal tersebut, semua orang harus menyiapkan panduan anggaran dan menentukan prioritas penggunaan dana dengan benar.

Ketiga yaitu, wawasan yang berhubungan dengan simpanan dan investasi. simpanan ialah penghimpunan dana yang dianggap berlebih yang didapatkan melalui rencana menggunakan separuh dari penghasilan, dan investasi juga diartikan sebagai kegiatan menabungkan uang untuk dapat bekerja agar mendapatkan pemasukan yang lebih tinggi. Untuk memilih tabungan, ada enam faktor yang perlu dipertimbangkan, yaitu: tingkat keuntungan (persentase kenaikan tabungan), inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas (menarik dana dengan mudah yaitu dana jangka pendek tanpa adanya kerugian atau beban *fee*), keamanan (bagaimana bank bertanggung jawab terhadap nasabah jika bank sedang mengalami kesulitan keuangan), dan pembatasan-pembatasan dari *fee*, yaitu pengunduran tempo atas pembayaran bunga yang dimasukkan ke rekening dan pembebanan *fee* suatu transaksi tertentu dalam penarikan deposito.

Terakhir, mengetahui Bagaimana menghadapi suatu akibat bisa mempengaruhi keamanan keuangan di masa yang akan datang. mengatasi risiko dengan mengasuransikan aset atau hal-hal yang berisiko adalah salah satu cara yang cepat untuk dilakukan. Literasi keuangan berperan penting untuk mengatasi risiko lain yang bisa saja muncul. serta ketika kita memilih manajer risiko sebagai cara untuk mengatasi asuransi assets.

c. Indikator *Financial Literacy*

Menurut Volpe dan kewal dalam jurnal Elly oraya Nurulhuda dan Anis Lutfiati, indikator literasi keuangan ada 4 yaitu:¹⁸

- 1) Pengetahuan tentang keuangan pribadi secara (*general personal finance knowledge*). Ketika seseorang mengelola keuangan pribadinya maka mereka harus memahami pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi yang kemudian digunakan untuk mengelola keuangan dan membuat keputusan yang efektif.
- 2) Tabungan dan pinjaman (*savings and borrowings*). Di dalam aspek ini berkaitan dengan tabungan dan pinjaman. Secara umum tabungan yaitu sebagian pendapatan yang disisihkan untuk disimpan agar dapat digunakan dikemudian hari atau untuk keperluan mendesak lainnya. Selain itu, tabungan mendorong seseorang menjadi belajar untuk mengelola keuangannya dengan bijak. Misalnya ketika seorang mahasiswa menginginkan sesuatu ia akan berusaha menyisihkan uang sakunya untuk menabung agar dapat memenuhi keinginannya tersebut. Sedangkan pinjaman yaitu penyediaan uang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan baik konsumsi maupun hal mendesak lainnya, sehingga diperlukan pengetahuan cukup agar dapat mengelola pinjaman tersebut secara bijak. Jika seorang mahasiswa memiliki cukup pemahaman terkait dengan tabungan dan pinjaman, maka ia akan dapat mengontrol keuangannya

¹⁸ Volpe dan kewal Dalam Elly Oraya Nurulhuda dan Anis Lutfiati, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No.2, (2020), hlm. 117.

dengan baik berusaha untuk mengalokasikan keuangannya dengan bijak sehingga dapat meminimalisir melakukan pinjaman.

- 3) Asuransi (*insurance*). Tujuan adanya asuransi yaitu untuk memberikan rasa aman selain itu jika terjadi peristiwa yang tidak terduga misalnya kecelakaan, kehilangan, kerusakan pada laptop atau alat elektronik lainnya akan mendapatkan ganti rugi atau mendapatkan keringanan untuk biaya *service*
- 4) Investasi (*investment*). Investasi merupakan keputusan yang diambil seseorang untuk dikeluarkan pada saat ini dengan tujuan digunakan untuk masa depan. Mahasiswa yang memiliki pemahaman literasi yang baik akan berfikir untuk merencanakan keuangannya di masa depan salah satunya dengan investasi. Misalnya dengan menyisihkan uang sakunya untuk membeli tiket pulang kampung, liburan, atau hal lain yang berguna di masa depan. Hal tersebut dilakukan agar tidak membebani orang tua dan melatih kemandirian.

d. *Theory of Planned Behaviour*

Ajzen menerangkan bahwa *Theory of Planned Behaviour* merupakan suatu teori yang menjelaskan bahwa seseorang dalam berperilaku pasti dilandasi keyakinan atas informasi yang diterima. Ajzen juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi suatu perilaku seseorang yaitu faktor pribadi, sosial, dan *information*. Ajzen berpendapat bahwa

financial literacy (faktor *information*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif¹⁹

3. *Life Style* (Gaya Hidup)

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi konsumen yang tercermin dari kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan caranya mengalokasikan waktu.²⁰ Kotler berpendapat. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang berkomunikasi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup suatu individu diseluruh belahan dunia yang digambarkan melalui kegiatan, keinginan, dan pendapatnya.²¹

Dari sudut pandang ekonomi, gaya hidup merupakan kelakuan seseorang terkait bagaimana mempergunakan uangnya, dan mengatur waktunya. Mowen dan Minor juga berpendapat bahwa gaya hidup itu menunjukkan bagaimana seorang konsumen membelanjakan uangnya serta mengatur waktunya.²²

Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin cepat mengganti merek dan model pakainnya untuk menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Intinya gaya hidup seseorang

¹⁹Ajzen Dalam Jurnal Adinda Novita Sari, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology dan Demografi Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat Di Kota Surabaya”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8, No. 4, (2020), hlm. 1235.

²⁰Vinna Sri Yuniarti, *Op. Cit.*, hlm. 27.

²¹Philip Kotler Amstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm.154.

²²Jhon .C. Mowen Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 282.

akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku konsumtif.²³

b. Faktor- Faktor Gaya Hidup

Ada dua kategori gaya hidup yaitu:

Pertama, gaya hidup *normative* yaitu di jelaskan dari pengaruh agama, sikapnya terhadap pembangunan ekonomi, hukum dan lain lain. Kedua, Gaya hidup pribadi yang mengarah pada keyakinan seseorang mengenai kegiatan konsumen baik dalam kultur atau sub kultur mereka. Seperti mengkonsumsi barang atau jasa, kesadaran harga dan keterkaitan keluarga dan proses pembelian terjadi dari gaya hidup pribadi sikap psikologis serta lingkungan fisik yang lain.

c. Indikator Gaya Hidup

Sumarwan dalam Jurnal Diana Harum Sakti dan Marynta Putri Pratama mengemukakan bahwa pengukuran mengenai mengenai gaya hidup dapat dilakukan dengan cara psikografik (*psychographic*). Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO. Indikator penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) *Activities* (kegiatan)
- 2) *Interest* (minat)
- 3) *Opinion* (opini)²⁴

²³Hawkins Dalam Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 29.

²⁴Sumarwan Dalam Diana Harum Sakti dan Marynta Putri Pratama, “ Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Polygon Dikebumen (Studi Pada

4. *Electronic money (e-money)*

a. Pengertian *Electornic Money*

Uang elektronik atau *electronic money (e-money)* merupakan uang yang digunakan dalam transaksi internet secara elektronik. Dan biasanya transaksi jenis ini melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital. Uang elektronik merupakan suatu produk yang memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau Prabayar (*prepaid*) yang mana uang disimpan melalui media elektronis milik individu. Uang elektronik (*e-money*) ialah suatu alat pembayaran non tunai yang disetor dalam jumlah tertentu dan akan diberikan melalui elektronik kepada emiten, yang dimana uang yang kita berikan akan dimasukkan oleh agen emiten sejumlah nilai uang yang telah disetor di media *e-commerce* yang kemudian bisa digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan mengurangi nilai uang secara langsung di media *e-commerce*.

Menurut Nufresa Wira Sakti uang elektronik (*e-money*) adalah sistem secara elektronik yang dipergunakan untuk transaksi *online* yakni elemen digital yang dibuat dan dapat digunakan sebagai uang. Uang elektronik adalah alat pembayaran sah yang mampu mempercepat transaksi pembayaran tanpa perlu menggunakan uang *cash*.²⁵

Pengguna Polygon Dikebumen)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, (2022), hlm. 87-88.

²⁵Nufresa Wira Sakti Dalam Firmansyah M. Ihsan dan Dacholfany, *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam* (Lampung: CV. IQRO, 2018), hlm. 77.

b. Kriteria Uang elektronik (electronic money)

- 1) Dikeluarkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.²⁶

c. Jenis- Jenis *Electronic Money*

- 1) Uang elektronik berbasis chip
 - a) nilai uang disimpan di dalam media chip
 - b) verifikasi transaksi lebih cepat karena bersifat *off-line*
 - c) sangat cocok sebagai alat pembayaran yang bersifat massal dengan nilai transaksi kecil tetapi frekuensinya tinggi. Seperti pembayaran tiket kereta api, parkir, tol.
- 2) Uang elektronik berbasis server
 - a) Nilai uang disimpan didalam server penerbit
 - b) Verifikasi transaksi lebih lambat karena harus *online* kepada penerbit

²⁶Firmansyah M. Ihsan dan Dacholfany, *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam* (Lampung: CV. IQRO, 2018), hlm. 21-22.

c) Kurang cocok sebagai alat pembayaran yang bersifat massal tetapi lebih cocok untuk *micro/ retail payment* lainnya.²⁷

d. Indikator *Electronic Money*

Ramadani dalam jurnal Priscilla Irene Sudiro indikator uang elektronik yakni manfaat dan keuntungan, kemudahan, serta kepercayaan.²⁸

e. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan skema teoritis informasi. Konsep *Technology Acceptance Model* menggambarkan perilaku seseorang dapat berubah dengan adanya sistem informasi yang digunakan oleh *users*. Perkembangan uang elektronik dalam kehidupan masyarakat dapat menggeser sistem pembayaran tunai menjadi versi *digital* bisa memicu perilaku konsumtif.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah diteliti dengan konsep yang sama dan berdekatan dengan penelitian ini telah ada, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul ini kembali.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nuju Saputri Simatupang (Skripsi UIN Syahada	Pengaruh Kemudahan Transaksi Nontunai Terhadap Perilaku	transaksi nontunai berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi. Artinya jika ada

²⁷Firmansyah M. Ihsan Dacholfany, Ibid., hlm. 85.

²⁸Ramadani Dalam Priscilla Irene Sudiro, "Pengaruh Financial Literacy, Uag Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10, No. 1. (2022), hlm.163.

²⁹Pricilla Irene Sudiro, "Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10, No.1, (2022), hlm. 162.

	Padangsidempuan, 2022)	Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan)	peningkatan penggunaan/kepercayaan atas variabel sistem transaksi nontunai maka tingkat konsumsi juga akan meningkat
2	Priscilla Irene Sudiro (Jurnal Ilmu Manajemen, 2022)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Uang Elektronik, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial literacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif generasi milenial. 2. Uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif generasi milenial 3. Demografi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif generasi milenial. 4. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif generasi milenial. 5. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif generasi milenial
3	Pristin Prima dan Silvia Cresya Rajagukguk (<i>Religion Education Social Laa Roiba Journal</i> , 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan secara signifikan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa 2. Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Taman siswa 3. Teman sebaya berpengaruh terhadap

			Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
4	Ni Luh Putu Kristina Dewi, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astati (Jurnal EMAS, 2021)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya hidup Hedonisme dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa UNMAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa UNMAS 2. Gaya hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa UNMAS 3. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa UNMAS
5	Irianti Asisi, Purwantoro (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 2020)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian 2. Gaya hidup berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian 3. Pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas peneliti melihat adanya persamaan peneliti dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Nuju Saputri Simatupang dalam penelitiannya yaitu membahas tentang pengaruh kemudahan transaksi nontunai terhadap perilaku konsumtif (studi pada mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan). Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan mahasiswa FEBI UIN Syhada sebagai objek penelitian. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada teknik analisisnya yang dimana dalam penelitian Nuju Saputri Simatupang teknik yang digunakan adalah regresi linier sederhana sedangkan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.
2. Priscilla Irene Sudiro dalam penelitiannya membahas tentang pengaruh *financial literacy*, uang elektronik, demografi, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dan perbedaannya terdapat pada variabel dependennya. Di dalam penelitian Priscilla Irene Sudiro (2022) variabel dependen ada lima yaitu *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri. Sedangkan didalam penelitian ini variabel dependen ada tiga yaitu *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money*.
3. Persamaan yang terdapat dalam penelitian oleh Pristin Prima dan silvia Cresya Rajagkguk (2022) dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan regresi linier berganda untuk teknik analisis datanya. Sedangkan perbedaannya yaitu variabel independen dalam penelitian Pristin Prima dan silvia Cresya

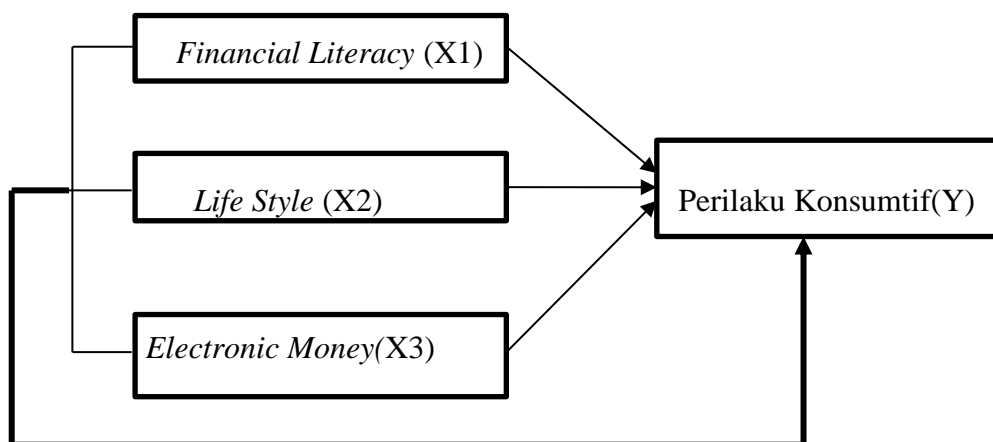
Rajagukguk (2022) yaitu keuangan sedangkan dalam penelitian ini variable independen yang dimuat yaitu Perilaku konsumtif.

4. Persamaan yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Kristina Dewi, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astaty (2021) dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Sedangkan untuk perbedaannya penelitian Ni Luh Putu Kristina Dewi, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astaty ini memuat Variabel independen pengelolaan keuangan mahasiswa sedangkan penelitian ini memuat variabel independen Perilaku konsumtif mahasiswa.
5. Persamaan yang terdapat di dalam penelitian Irianti Asisi, Purwantoro (2020) dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dan perbedaannya terdapat pada variabel dependennya. Di dalam penelitian Irianti Asisi, Purwantoro (2020) variabel yaitu literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri. Sedangkan didalam penelitian ini variabel dependen ada tiga yaitu *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money*.
6. Persamaan yang terdapat di dalam penelitian Fuad Abdul Fattah, dkk (2018) dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dan perbedaannya terdapat pada variabel dependennya. Di dalam penelitian Fuad Abdul Fattah, dkk (2018) variabel ada dua yaitu literasi keuangan dan pengendalian diri. Sedangkan didalam penelitian ini variabel dependen ada tiga yaitu *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang variabel dalam suatu penelitian yaitu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Untuk lebih menjelaskan model konseptual tersebut, maka peneliti membuat skema seperti yang terlihat didalam gambar II.2, dimana gambar tersebut menunjukkan adanya hubungan antara *financial literacy* dengan perilaku konsumtif, hubungan *life style* dengan perilaku konsumtif, hubungan penggunaan *e-money* dengan perilaku konsumtif. Berikut gambar II.1 dalam penelitian ini:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

Hubungan secara Parsial : \longrightarrow

Hubungan secara simultan : \longrightarrow

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu di uji kebenarannya, yaitu pernyataan tentang suatu onsep yang masih bersifat sementara dan harus diuji

kebenarannya, hipotesis sering diartikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. jawaban sementara dari rumusan masalah peneliti yang dinyatakan dalam bentuk kalimat. Adapun hipotesis peneliti sementara yaitu:

H_{a1} : *Financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{o1} : *Financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{a2} : *Life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{o2} : *Life style* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{a3} : Penggunaan *electronic money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{o3} : Penggunaan *electronic money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{a4} : *Financial literacy, Life style* dan penggunaan *electronic money* secara bersama- sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

H_{o4} : *Financial literacy, Life style* dan penggunaan *electronic money* secara bersama- sama tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2022 sampai Desember 2022.

B. Jenis penelitian

Pada penelitian ini, jenis peneliti yang digunakan penelitian adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berdasarkan angka yang dipergunakan untuk meneliti populasi atau sampel yang menjadi sumber datanya, pengumpulan data berdasarkan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan subjek, variabel, konsep, ataupun fenomena. Populasi adalah sekelompok unsur maupun yang bisa berbentuk manusia atau individu, hewan, institusi, maupun yang berbentuk konsep yang bisa dijadikan objek pada suatu penelitian.²

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 35.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 80.

Maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Syahada PadangSidimpuan angkatan 2019, 2018, 2017 dan 2016 dengan mengambil populasi sebanyak 1822 mahasiswa berdasarkan wawancara dengan akademik.³

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Sampel didefinisikan sebagai bagian dari anggota populasi yang telah dipilih menggunakan prosedur sehingga diharapkan dapat mewakili dari populasi yang bersifat representif.⁴ Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Yang dimana *accidental sampling* merupakan suatu teknik yang menentukan sampel berdasarkan orang-orang yang dijumpai secara kebetulan oleh peneliti dan sesuai dengan kriteria yang akan dijadikan sebagai sampel. Kriteria-kriteria sampel yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Pernah atau sedang menggunakan *e-money*
- b. Sudah mempelajari terkait konsumsi dalam islam

Di dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus *Slovin*, dan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

³Hasil Wawancara Dari Bagian Akademik UIN Syahada Padangsidimpuan, Februari 2022.

⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 74.

N: Ukuran poulasi

e^2 : error / Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus *slovin* di atas, maka dapat diketahui bahwa besarnya sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1822}{1 + (1822)(0,1)^2} = \frac{1822}{1 + 18,22} \\ &= \frac{1822}{19,22} = 94,797 \\ &= 95 \end{aligned}$$

Maka, dari rumus di atas dibulatkanlah responden dari sampel menjadi sebanyak 95 orang responden.

D. Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data utama dari penelitian kita dan langsung didapatkan lokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui *google form*, kusioner dan wawancara tentang *financial literacy, life style*, penggunaan *e-money* dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada.⁵

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku dan instansi terkait dalam bentuk yang sudah jadi berupa

⁵ M.Burham Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 122.

publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data yang didapatkan dari internet, buku dan lain-lain.⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam analisis perlu dilakukan suatu teknik penelitian.⁷ Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Teknik Kuesioner

Teknik kuesioner merupakan teknik yang digunakan pada pengumpulan data dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan untuk para responden penelitian agar dijawab untuk mendapatkan data ataupun informasi.⁸ Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan secara langsung dan menggunakan *google formulir*.

2. Teknik Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah langkah atau teknik untuk mendapatkan informasi jika peneliti ingin melakukan studi penelitian untuk mengetahui permasalahan yang diteliti dengan mewawancarai secara langsung ke responden, dalam penelitian ini

⁶M.Burham Bungin, *Ibid.*, hlm. 123.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual SPSS* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 130.

⁸Rahmat, *Statistika* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 100.

peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.⁹

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumentasi yang ada pada responden atau tempat penelitian. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari monumental dari seseorang.¹⁰

F. Uji Validitas dan Uji Realibitas

Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pernyataan atau kuisisioner untuk melihat pernyataan dalam kuisisioner oleh responden dengan maksud apakah pernyataan tersebut dapat digunakan atau tidak pernyataan-pernyataan dari responden. Adapun penjelasan dari validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah kalayakan butir-butir atau pernyataan-pernyataan dalam daftar pernyataan dari responden. Daftar pernyataan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Suatu skala pengukuran disebut valid jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.¹¹

⁹Rahmat, *Statistika Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 105.

¹⁰ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 59.

¹¹ Mudrajad kuncoro, *Metode Riset Untuk bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Erlangga, 2013), hlm. 172.

Menilai suatu ke valid an suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pertanyaan dengan rumus:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan tidak valid)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran untuk kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan berkaitan dengan penelitian yang merupakan dimensi dari sebuah variabel dan disusun dalam bentuk kuisisioner uji ini sering disebut uji kehandalan.¹² Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya dengan *cronbach's alpha*, dimana secara umum dianggap reliabel apabila nilai cronbach's alpha $>0,06$.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada dasarnya penarikan sampel penelitian telah melalui prosedur *sampling* yang tepat namun tidak tertutup kemungkinan adanya penyimpangan. Oleh karena itu terhadap sampel yang

¹²Ibid., hlm. 175.

diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak, jika terdapat data berdistribusi normal maka dapat digunakan statistik parametrik namun jika tidak ada data berdistribusi maka menggunakan statistik nonparametrik.¹³

Untuk uji normalitas, penelitian ini menggunakan teknik uji *Kolmogorov smirnov* Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan dengan 2 sisi lebih besar dari 0,10 maka data berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 25.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linear yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya ada terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,10.

¹³Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 153.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah sebuah alat pengukur model regresi untuk melihat adanya korelasi antara *independent* (variabel bebas) yang sedang diteliti.¹⁴ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$, tidak terjadi multikolinieritas, namun jika nilai *tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Namun, jika nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan model regresi untuk menemukan ketidaksamaan dari residual dalam tahap pengamatan ke pengamatan yang lainnya.¹⁵ Namun jika pengamatan dengan pengamatan lain terdapat keadaan tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika beda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak mengandung heteroskedastisitas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,10 (10%) maka persamaan regresi tersebut mengandung Heteroskedastisitas dan sebaliknya.

¹⁴Perdana dan Echo, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FEUBB, 2016), hlm. 47.

¹⁵Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm. 69.

Untuk uji heteroskedastisitas penelitian menggunakan teknik uji *Spearmen'rho*.

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel – variabel dalam penelitian.¹⁶ Jika nilai koefisien determinasi (R^2) kecil artinya kecil kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dan jika nilai koefisien (R^2) semakin besar berarti besar pula kemampuan variabel independen menjelaskan atau memberikan informasi tentang variabel dependen.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

b. Uji Signifikan Parsial (uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian secara parsial ini bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh suatu

¹⁶Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*(Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 145.

variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut.

Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > + t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan kata lain, jika $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.¹⁷

c. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Untuk mengetahui secara simultan apakah variabel bebas atau dependen memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah:

jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linier berganda digunakan ketika peneliti bertujuan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (terikat), uji analisis linier berganda dilakukan jika variabel independennya minimal terdapat dua.¹⁸

¹⁷Ibid., hlm. 244.

¹⁸Syafrida Hafni Sahir, *Op.Cit.*, hlm. 52.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Independent* yaitu *Financial Literacy* (X_1), *Life Style* (X_2), Penggunaan *Electronic Money* (X_3) terhadap variabel *dependent*, yaitu Perilaku konsumtif (Y), Persamaan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1FL + b_2LS + b_3 EM + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b_1 = Konstanta untuk variabel *Financial Literacy*

b_2 = Konstanta untuk variabel *Life Style*

b_3 = Konstanta untuk variabel *Electronic Money*

e = Error

X_1 = *Financial Literacy*

X_2 = *Life Style*

X_3 = *Electronic Money*

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Secara historis, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan telah beberapa kali mengalami perubahan. Awalnya berasal dari Fakultas Tarbiyah Perguruan Tinggi Nahdatul Ulama (PERTINU) tahun 1962. Dengan didorong keinginan untuk membuka fakultas umum, maka PERTINU diperluas dan beralih status menjadi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) yang mana Syeikh Ali Hasan al-Dary ditetapkan sebagai Rektor.

Pada tahun 1968, Fakultas Tarbiyah diserahkan ke Negara, sehingga menjadi Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Imam Bonjol Cabang Padangsidimpuan. Di bawah pimpinan Prof. Syeikh Ali Hasan Ahmad al-Dary sampai tahun 1973, sejalan dengan didirikannya IAIN Sumatera Utara Medan, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Cabang Padangsidimpuan beralih menjadi Cabang IAIN Sumatera Utara Medan. Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatra Utara di Padangsidimpuan ini berjalan kurang lebih 24 tahun (1973-1997) di bawah pimpinan (Dekan), Prof. Syeikh Ali Hasan Ahmad al-Dary (1973-1977), Drs. Rusman Hasibuan (1977-1982), Drs. Anwar Saleh Daulay (1982-1988), Drs. Abbas Pulungan (1988-1991), dan Prof. Dr. Haidar Putra Daulay (1991-1997).

Kemudian pada tanggal 21 Maret 1997, terbitlah Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 333 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), maka Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara Cabang Padangsidimpuan beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan yang terdiri atas 3 jurusan yaitu Jurusan Tarbiyah, Jurusan Syari'ah, dan Jurusan Dakwah.

Pada tahun 2013 yang mana atas komitmen dan usaha sungguh-sungguh oleh ketua STAIN Padangsidimpuan yang terakhir yaitu Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL (sekarang menjadi Rektor IAIN Padangsidimpuan) bersama seluruh sivitas akademiknya, STAIN Padangsidimpuan beralih statusnya menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hal ini sejalan dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No 87 Tahun 2022 tertanggal 8 Juni 2022 IAIN Padangsidimpuan bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary (Syahada) dengan rektor Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag. Perpres ini mengatur mengenai pendirian Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan sebagai perubahan bentuk dari Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Universitas ini mempunyai tugas menyelenggarakan program pendidikan tinggi ilmu Agama Islam.

2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berdiri pada tahun 2012. FEBI berdiri bersamaan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani 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. FEBI merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab tiga merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan saat ini memiliki lima jurusan yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Keuangan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Studi Manajemen Keuangan Syariah.

3. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan keilmuan dan keahlian dalam bidang ekonomi syariah berbasis teoantropoekosentris (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniah) dan berkontribusi di tingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul dibidang ilmu ekonomi syariah yang berbasis teoantropoekosentris.

¹Tim Penyusun Buku Renstra Akademik, Renstra Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019, (*Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan 2019*), hlm. 1.

- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif dibidang ilmu ekonomi syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat dibidang ekonomi syariah.
- 4) Membangun kerjasama dengan pemangku kepentingan ditingkat regional, nasional, dan internasional dibidang ilmu ekonomi.²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dipimpin oleh Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dekan dibantu oleh Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku wakil dekan bidang akademik dan pengembangan, Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag. selaku wakil dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dra. Replita, M.Si. selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang baru berdiri terus berbenah dan mengembangkan jurusan dengan berbagai strategi dalam pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Langkah yang dilakukan antara lain seminar dan lokal karya kurikulum,

² Tim Penyusun Buku Renstra Akademik., hlm. 7.

peningkatan mutu pengajaran, peningkatan profesionalitas dosen dan juga kerjasama dengan berbagai instansi.³

4. **Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan**

Program Studi Ekonomi Syariah dipimpin oleh Delima Sari Lubis, M.A, selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Rini Hayati, M.P, selaku sekretaris prodi Ekonomi Syariah. Program Studi Ekonomi Syariah memiliki visi dan misi yaitu:

a. Visi

Menjadi Program Studi Ekonomi Syariah *Centre Of Excellence* untuk menghasilkan lulusan yang professional, *entrepreneurship* dan berakhlak mulia di Indonesia Tahun 2025

b. Misi

Menjalankan tata kelola program studi berdasarkan prinsip prinsip manajemen yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel.

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang professional dan interaktif, baik dalam teori maupun praktik.
- 2) Melaksanakan dan mengembangkan ilmu pengetahuan untuk menumbuh kembangkan jiwa *entrepreneurship* dengan pendekatan ilmu ekonomi syariah.

³Tim Penyusun Buku Panduan Akademik, *Buku Panduan Akademik IAIN Padangsidempuan* (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan 2018), hlm. 33.

- 3) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dan budaya luhur dalam memberikan keteladanan kepada masyarakat

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer, dengan menggunakan instrument angket untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif yang disebar kepada mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan dengan jumlah responden 95 mahasiswa. Penyebaran angket dilakukan secara langsung dan menggunakan google form. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang telah belajar konsumsi dalam Islam dan sedang/telah menggunakan *e-money*.

a. Berdasarkan Jurusan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
1	Ekonomi Syariah	52	55%
2	Perbankan Syariah	38	40%
3	Manajemen Zakaf Wakaf	5	5%
Jumlah		95	100%

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat dari 95 responden kebanyakan yang yang berperilaku konsumtif adalah kebanyakan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
1	Laki-Laki	27	
2	Perempuan	68	
Jumlah		95	

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat dari 95 responden kebanyakan yang berperilaku konsumtif adalah kebanyakan perempuan.

C. Hasil Analisis Data**1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas****a. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi validitas adalah cara untuk mengukur variabel yang hendak diukur pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total variabel dengan menggunakan korelasi. Butir pernyataan dinyatakan valid jika taraf signifikan $< 0,10$. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Berikut merupakan hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS Versi 25.

Tabel. IV.1
Hasil Uji Validitas *Financial literacy*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,775	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 95-2=53. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,511		Valid
3	0,697		Valid
4	0,806		Valid
5	0,801		Valid
6	0,717		Valid
7	0,685		Valid
8	0,520		Valid
9	0,815		Valid
10	0,794		Valid
11	0,569		

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Jadi hasil uji validitas *financial literacy* pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai 11 adalah valid karena sebelas item pertanyaan tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan $df = n - 2$ ($95 - 2$) = 93 berdasarkan uji signifikan 10% adalah 0,169. Maka dapat dinyatakan bahwa item-item tersebut valid.

Tabel. IV.2
Hasil Uji Validitas *Life Style*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,637	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n =$ 95-2=53. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,698		Valid
3	0,802		Valid
4	0,762		Valid
5	0,815		Valid
6	0,768		Valid
7	0,773		Valid
8	0,786		Valid
9	0,794		Valid
10	0,871		Valid

Jadi hasil uji validitas *life style* pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai 10 adalah valid karena sebelas item pertanyaan tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan $df = n - 2$ ($95 - 2 = 93$) berdasarkan uji signifikan 10% adalah 0,169. Maka dapat dinyatakan bahwa item-item tersebut valid.

Tabel. IV.3
Hasil Uji Validitas Penggunaan *Electronic Money*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,821	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n $= 95-2=53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,887		Valid
3	0,883		Valid
4	0,826		Valid
5	0,886		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Jadi hasil uji validitas penggunaan *electronic money* pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai 5 adalah valid karena sebelas item pertanyaan tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan $df=n-2$ ($95-2$)= 93 berdasarkan uji signifikan 10% adalah 0,169. Maka dapat dinyatakan bahwa item-item tersebut valid.

Tabel. IV.4
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,648	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n $= 95-2=53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,793		Valid
3	0,743		Valid
4	0,748		Valid
5	0,765		Valid
6	0,612		Valid

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
7	0,764		Valid
8	0,685		Valid
9	0,611		Valid
10	0,672		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Jadi hasil uji validitas perilaku konsumtif pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai 10 adalah valid karena sebelas item pertanyaan tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan $df=n-2$ ($95-2$)= 93 berdasarkan uji signifikan 10% adalah 0,169. Maka dapat dinyatakan bahwa item-item tersebut valid.

b. Hasil Uji Realibilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu. Uji reliabilitas hanya dapat digunakan pada kuesioner yang telah valid. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah One Shot atau pengukuran sekali saja dengan alat uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Pengukuran ini hanya sekali, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau dengan mengukur korelasi antar jawaban. Berikut dibawah ini pengujian Hasil Validitas Instrumen menggunakan SPSS Versi 25.

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
1	<i>Financial literacy</i>	0,925	12
2	<i>Life Style</i>	0,893	11
3	<i>Electronic Money</i>	0,925	10
4	Perilaku Konsumtif	0,911	5

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Berdasarkan tabel IV.5 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel *financial literacy* yaitu $0,925 > 0,60$, nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel *life style* $0,893 > 0,60$, nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel *electronic money* $0,925 > 0,60$ dan nilai *Cronbach Alpha* untuk variable Perilaku konsumtif $0,911 > 0,60$ Sehingga keseluruhan dari masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sehingga dinyatakan masing-masing pernyataan pada variabel memiliki reliabel.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogrov smirnov*, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		5,08733082
Most Extreme Differences	Absolute		0,083
	Positive		0,053
	Negative		-0,083
Test Statistic			0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)			,101 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,502 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,489
		Upper Bound	0,514
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Dilihat dari Tabel IV.6, hasil uji normalitas sebesar 0,502 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 ($0,502 > 0,10$) sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data residual normal. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Linieritas

Uji linearitas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linear yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat, sebagai kriteria

berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,1$, maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,1$, maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

Adapun hasil uji linearitas dilihat pada tabel IV.12 berikut ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas *Financial Literacy* dengan
Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Financial Literacy	Between Groups	(Combined)	3929,623	28	140,344	5,885	0,000
		Linearity	2778,370	1	2778,370	116,507	0,000
		Deviation from Linearity	1151,253	27	42,639	1,788	0,029
	Within Groups		1573,914	66	23,847		
	Total		5503,537	94			

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Hasil uji linearitas antara Perilaku konsumtif dengan *financial literacy* berdasarkan tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,1$. Nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Berarti data *financial literacy* dan Perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas *Life Style* dengan
Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Life Style	Between Groups	(Combined)	2734,854	37	73,915	1,522	0,076
		Linearity	488,422	1	488,422	10,055	0,002
		Deviation from Linearity	2246,431	36	62,401	1,285	0,196
	Within Groups		2768,683	57	48,573		
	Total		5503,537	94			

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Hasil uji linearitas antara Perilaku konsumtif dengan *life style* berdasarkan tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,1$. Nilai signifikan $0,002 < 0,1$. Berarti data Perilaku konsumtif dengan *life style* memiliki hubungan yang linear.

Tabel IV.9
Hasil Uji Linearitas *Electronic Money* dengan
Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Electronic Money	Between Groups	(Combined)	3302,041	17	194,238	6,794	0,000
		Linearity	2339,933	1	2339,933	81,842	0,000
		Deviation from Linearity	962,107	16	60,132	2,103	0,016
	Within Groups		2201,496	77	28,591		
	Total		5503,537	94			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 25

Hasil uji linearitas antara perilaku konsumtif dengan *electronic money* berdasarkan tabel IV.9 dapat disimpulkan bahwa data tersebut

memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,1$. Nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Berarti data perilaku konsumtif dengan *electronic money* memiliki hubungan yang linear.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah alat pengukur model regresi untuk melihat adanya korelasi antara *independent* (variabel bebas) yang sedang diteliti. Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Melihat nilai VIF:

- 1) Jika nilai VIF $< 10,00$ tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF $> 10,00$ ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Melihat nilai *tolerance*
- 3) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030		
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000	0,419	2,387
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033	0,957	1,045
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016	0,425	2,351

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel *financial literacy* $2,387 < 10$, variabel *life style* $1,045 < 10$ dan variabel *electronic money* $2,351 < 10$, jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai *tolerence* untuk variabel *financial literacy* $0,419 > 0,1$ variabel *life style* $0,957 > 0,1$ dan variabel *electronic money* $0,425 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan nilai *tolerence* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,1 ($tolerence > 0,1$). Berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi $< 0,10$ maka akan terjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini uji Spearman's rho.

Tabel IV.11
Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Financial Literacy	Life Style	Electronic money	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Financial Literacy	Correlation Coefficient	1,000	0,188	,577**	-0,063
		Sig. (2-tailed)		0,068	0,000	0,545
		N	95	95	95	95
	Life Style	Correlation Coefficient	0,188	1,000	0,147	0,008
		Sig. (2-tailed)	0,068		0,155	0,941

	N	95	95	95	95
Electronic money	Correlation Coefficient	,577**	0,147	1,000	0,007
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,155		0,950
	N	95	95	95	95
Unstandar dized Residual	Correlation Coefficient	-0,063	0,008	0,007	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,545	0,941	0,950	
	N	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Dari tabel IV.10 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel *financial literacy* sebesar $0,545 > 0,10$, variabel *life style* sebesar $0,941 > 0,10$ dan variabel penggunaan *electronic money* sebesar $0,950 > 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menjelaskan bagaimana mengukur jauh kemampuan model dalam menguraikan variabel – variabel dalam penelitian. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) kecil artinya kecil kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dan jika nilai koefisien (R^2) semakin besar berarti besar pula kemampuan variabel independen menjelaskan atau memberikan informasi tentang variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu

Tabel IV.12
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	0,558	0,543	5,17051
a. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy				

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

maka diketahui koefisien determinasi (R^2) yaitu adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,558. Hal ini berarti 55,8% perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* dengan kata lain bahwa variabel independent memberi pengaruh bersama sekitar 55,8% terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya adalah (100% - 55,8% = 44,2%) perilaku konsumtif dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau sebab-sebab yang lain diluar model.

b. Hasil Uji Parsial (t)

Uji t dalam penelitian ini untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk menguji signifikan atau tidak antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel IV. 13
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Untuk interpretasi uji t pada tabel diatas sebagai berikut:

1) Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel *financial literacy* 4, 452 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (95-3-1)=91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,452 > 1,6617$) dan ($0,000 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

2) Pengaruh *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel *life style* 2,169 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df =$

$(95-3-1)=91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,169 > 1,66177$) dan ($0,033 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa *life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

3) Pengaruh Penggunaan *Electronic Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel Penggunaan *Electronic Money* 2,458 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (95-3-1)=91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,458 > 1,66177$) dan ($0,016 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan *electronic money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

c. Hasil Uji Simultan(f)

Uji f bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah: Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel IV. 14
Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3070,729	3	1023,576	38,287	,000 ^b
	Residual	2432,808	91	26,734		
	Total	5503,537	94			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy						

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa f_{hitung} sebesar 38,287 dan f_{tabel} dengan $df = n - k - 1 (95 - 3 - 1) = 91$ sehingga diperoleh f_{tabel} 2,36. Dari hasil pengujian uji statistik (uji f) maka dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($38,287 > 2,36$) yang berarti dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy*, *life style* dan *penggunaan electronic money* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

5. Hasil Analisis linier Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* (X1), *life style* (X2) dan *penggunaan electronic money* (X3), terhadap perilaku konsumtif (Y).

Tabel IV. 15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

α = konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = koefisien Regresi

$X_1 X_2 X_3$ = variabel independen

e = Standard Error

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PK = a + b_1 \text{ financial literacy} + b_2 \text{ life style} + b_3 \text{ penggunaan electronic money} + e$$

$$PK = 6,126 + 0,433Fl + 0,123Ls + 0,447Em + 2,786$$

Keterangan

PK = Perilaku Konsumtif

Fl = *financial literacy*

Ls = *life style*

Em = *electronic money*

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- a. Jika *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money* diasumsikan konstan atau nol (0) maka perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 6,126.
- b. Koefisien regresi *financial literacy* sebesar 0,433, artinya apabila tingkat nilai *financial literacy* meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif mahasiswa adalah meningkat sebesar 0,433 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *financial literacy* dengan perilaku konsumtif mahasiswa, semakin naik jumlah atau nilai *financial literacy* maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa.
- c. Koefisien regresi *life style* sebesar 0,123, artinya apabila tingkat nilai *life style* meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif mahasiswa adalah meningkat sebesar 0,123 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *financial literacy* dengan perilaku konsumtif mahasiswa, semakin naik jumlah atau nilai *life style* maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa.

d. Koefisien regresi *electronic money* sebesar 0,447, artinya apabila tingkat nilai *electronic money* meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif mahasiswa adalah meningkat sebesar 0,447 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara financial literacy dengan perilaku konsumtif mahasiswa, semakin naik jumlah atau nilai *electronic money* maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (E- Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan. Data hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Tahun 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan *adjusted R Square* sebesar 0,558 atau 55,8% hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial literacy, life style* dan penggunaan *electronic money (e- money)* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan . Sedangkan 44,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

Financial Literacy adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan dalam rangka meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk kesejahteraan. Ketika literasi keuangan seseorang bagus maka itu akan berpengaruh bagaimana sikap keuangannya, otomatis berpengaruh terhadap konsumsinya.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel *financial literacy* 4,452 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (95-3-1)=91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,452 > 1,6617$) dan ($0,000 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

Penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior*, yang menerangkan bahwa salah satu yang melatarbelakangi seseorang dalam pengambilan keputusan konsumsi harus dengan faktor *information* dan pikiran rasional, yaitu ditunjang dari pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Irianti Asisi dan Purwantoro yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Yang

menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

2. Pengaruh *Life style* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan

Life style merupakan pola konsumsi yang tercermin dari berbagai pilihan konsumen bagaimana dia menghabiskan waktu dan uangnya. Oleh karena itu para produsen harus mampu menyesuaikan keinginan ataupun selera konsumen dari produk dan jasa yang dihasilkan. Ketika gaya hidup seseorang meningkat tentunya akan mempengaruhi konsumsinya.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel *life style* 2,169 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (95-3-1) = 91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,169 > 1,66177$) dan ($0,033 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa *life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Hawkins bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Nikmatul Afifah dan Deny Yudiantoro yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Dan Uang elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif. Yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Penggunaan *Electronic Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Uang elektronik (*e-money*) bertujuan sebagai alat pembayaran sah yang mampu mempercepat transaksi pembayaran tanpa perlu menggunakan uang *cash*. Dengan perkembangan teknologi pada sekarang ini, membuat transaksi menjadi mudah dan cepat. Serta banyak diskon yang ditawarkan dan mengakibatkan mahasiswa lebih tertarik untuk berbelanja sehingga berakibat terhadap konsumsinya.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk tabel Penggunaan *Electronic Money* 2,458 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (95-3-1)=91$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,66177 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,458 > 1,66177$) dan ($0,016 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan *electronic money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *technology acceptance model*, yang menjelaskan bahwa perkembangan sistem informasi dapat menggeser pola perilaku individu. Perkembangan uang *electronic* dapat menggeser sistem pembayaran uang tunai menjadi digital dapat memicu perilaku konsumtif. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Priscilla Irene Sudiro yang berjudul Pengaruh *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. Yang menunjukkan

bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap konsumtif generasi milenial.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang di dapat memuaskan. Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam hal pemilihan variabel, variabel bisa lebih kompleks dan dapat mewakili tujuan penelitian.
2. Pada saat menyebar angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan jawaban jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan sehingga memperoleh validitas data yang diperoleh
3. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa selain variabel *financial literacy, life style* dan penggunaan *e-money* ada variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang mempengaruhi Perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.
2. *Life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.
3. Penggunaan *electronic money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.
4. Terdapat pengaruh *financial literacy*, *life style* dan penggunaan *electronic money (e-money)* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan.

B. Saran

1. Mahasiswa dapat mengaplikasikan mata kuliah ekonomi mikro ketika kita akan membuat perencanaan belanja bulanan dengan mempertimbangkan prioritas kebutuhan dan berapa *budget* yang dibutuhkan.
2. Mahasiswa diharapkan dapat mengendalikan dirinya dalam berkonsumsi dan mengaplikasikan ilmu yang didapatkan seperti apa seharusnya perilaku konsumen dalam Islam. Contohnya apabila sedang berbelanja jangan mudah terbujuk karena diskon, iklan dan ikut-ikutan teman yang

cenderung boros menggunakan uang. Boleh membeli barang yang sedang diskon tapi harus barang yang benar-benar dibutuhkan.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian ini yaitu dengan meneliti variabel pendapatan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Pangsidimpuan. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menambah sampel penelitian sehingga informasi lebih mewakili apa yang terjadi dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiq Fitri Arianti. *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)*. purwokerto selatan: CV. Pena Persada, 2021.
- Clara Shinta Canggih, Maulidysneni Nurvita Sukma. “Pengaruh *Electronic money*, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Konsumsi Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 7, No 1 (2021).
- Djamaludin Ancok. *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1995.
- Danang Sunyoto. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service, 2014.
- Duwi Priyanto. *Spss 22 Pengelolaan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2014.
- Diana Harum Sakti dan Marynta Putri Pratama, “ Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Polygon Dikebumen (Studi Pada Pengguna Polygon Dikebumen)”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, (2022).
- Elly Oraya Nurulhuda Dan Anis Lutfiati, “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No.2, (2020).
- Hermin Nainggolan. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan *Electronic Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* Vol 5., No 1 (2022).
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada, 2013.
- Idri. *Hadis Ekonomi&Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi Cet.2*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Priscilla Irene Sudiro,” Pengaruh Financial Literacy, Uag Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 10, No. 1. (2022).
- Kanserina, D., Haris, I.A. And Nuridja, I.M.. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 5, No. 1 (2015).

- Kementerian Agama Republik Indonesia. Al- Qur'anulkarim (Bandung : Al- Qur'an Al- Qosbah, 2020) .
- Mamat Ruhimat, Dkk. *Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Grafindo Media Pratama, 2006.
- Maman Abdur Rahman dan Samba Ali Muhidin. *Panduan Praktik Memahami Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Michael Minor, Jhon .C. Mowen. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- M. Ihsan Dacholfany, Firmansyah. *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam*. Lampung: CV. IQRO, 2018.
- Mudjarat Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Muh. Ibnu Iqbal. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado," 2020.
- Muhammad Firdaus. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif Edisi 2*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2011.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Literasi Dan Inklusi Keuangan Serta Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Indonesia*. medan: Direktorat penelitian kebijakan dan pengaturan edukasi dan perlindungan konsumen, 2019.
- Prasetya, L. D. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (Velocity Of Money) Di Indonesia. [*Skripsi*]. Tangerang (Id): Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,(2018).
- Perdana dan Echo. *Olah Data Skripsi Dengan Spss 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Feubb, 2016.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2014.
- Rahmat. *Statistika*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- . *Statistika Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

- Rhenald Kasali. *Membedik Pasar Internasional, Segmentasi Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia, 2001.
- Rozalinda. *EKONOMI ISLAM : Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Shintya Novita Sari. “Pengaruh Gaya Hdiup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,” 2021.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam : Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian, Cet. I*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Spss*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung, 2017.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitain Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sutisna. *Perilkau Konsumen dan Kombinasi Pemasaran*. Bandung: Pt Rosdakarya, 2007.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitain Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Udi Rosia Hijrianti dan Andi Muthiah Fitriani, “ Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”, *Jurnal MEDIAPSI*, Vol.6, No. 1. (2020).
- Ujang Suwarman. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto. *Statiska Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

CURRICULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

A. DATA PRIBADI

Nama : Fiona Tri Ullfa
Nim : 18 402 00012
Tempat, tanggal lahir : Paranpadang, 4 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara
Alamat : Paranpadang, Kec. Sipirok, Kab.Tapsel
Agama : Islam

B. DATA ORANG TUA/ WALI

Nama Ayah : Aladdin Sitompul
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Rosita
Pekerjaan : Petani
Alamat : Paranpadang, Kec. Sipirok, Kab.Tapsel

C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006-2011 : SDN
Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 1 Sipirok
Tahun 2016-2018 : SMA Negeri 1 Sipirok
Tahun 2019-2022 : Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah
UIN SYAHADA Padangsidempuan

D. Motto Hidup

“Selalu Pastikan ke Tempat manapun engkau berlabuh, selalu mendekatkanmu kepada Allaah, sebab sebaik- baik tempat kembali adalah disisi Allaah Subhanahu Wata’ala .”

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aliman Syahuri Zein, M.E.I.

NIDN : 2028048201

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* Dan Penggunaan *Electronic Money (E-Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Fiona Tri Ulfa

Nim : 18 402 00012

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

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

Padangsidimpuan, Agustus 2022
Validator

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, saya :

Nama : Fiona Tri Ulfa

NIM : 18 402 00012

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Literacy, Life Style dan Penggunaan Electronic Money (E- Money)* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan”**.

Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Agustus 2022
Hormat saya

Fiona Tri Ulfa
Nim. 18 402 00012

ANGKET PENELITIAN

Pengaruh *Financial Literacy*, *Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money* (*E- Money*) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan

A. IDENTITAS RESPONDEN

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

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Semester/Jurusan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

Perilaku Konsumtif (Variabel Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya sering Membeli produk karena tertarik dengan <i>cashback</i>					
2.	Saya sering Membeli produk karena diskon					
3.	Saya sering Membeli produk karena gratis ongkir					
4.	Saya sering tertarik membeli produk karena kemasannya rapi					
5.	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren					
6.	Saya jarang membeli produk berdasarkan manfaatnya melainkan dengan pertimbangan harga					
7.	Image menjadi salah satu alasan saya untuk membeli suatu produk					
8.	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan idola saya					
9.	Menggunakan produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi bagi saya					
10.	Saya memiliki barang-barang yang sejenis dengan merek yang berbeda					

Financial Literacy (Variabel X1)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Pertanyaan Indikator <i>Financial Literacy</i>					
1.	Saya selalu mempertimbangkan segala sesuatu yang hendak dibeli					
2.	Saya mengetahui tentang perencanaan keuangan pribadi					
3.	Saya kurang tahu pengeluaran saya setiap bulan					
4.	Saya mengetahui tentang manfaat menabung					
5.	Tabungan mempermudah saya untuk memiliki barang yang diinginkan					

6.	Saya mengetahui tentang asuransi					
7.	Saya sering memanfaatkan garansi supaya lebih hemat					
8.	Saya mempunyai bisnis kecil- kecilan					
9.	Saya mengetahui tentang saham					
10.	Saya meyakini bahwa investasi saham sangat menguntungkan					
11.	Saya akan ikut menjadi pemilik perusahaan tempat saya berinvestasi					

Life Style (Variabel X2)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Pertanyaan Indikator <i>Life Style</i>					
1.	Saya sering nongkrong					
2.	Saya menghabiskan uang untuk bersenang-senang					
3.	Saya sering menghabiskan waktu melihat produk di aplikasi shopee					
4.	Saat berbelanja saya dapat menghabiskan banyak uang tanpa di sadari					
5.	Saya sering membeli produk tanpa rencana sebelumnya					
6.	Saya sering ikut- ikutan membeli produk yang teman saya beli					
7.	Saya cenderung mengikuti produk ataupun gaya hidup yang sedang tren dikalangan masyarakat					
8.	Saya lebih memilih membeli kuota internet daripada kebutuhan kuliah					
9.	Menurut saya penampilan sesuai dengan trending itu sangat penting					
10.	Menurut saya Mahasiswa harus membeli produk ber <i>merk</i> agar kelihatan trendi					

Electronic Money (Variabel X3)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Pertanyaan Indikator <i>Electronic Money</i>					
1.	Penggunaan <i>e-money</i> dapat mengurangi tenaga dan waktu disaat melakukan transaksi					
2.	Menggunakan <i>e-money</i> mempermudah transaksi pembayaran					
3.	Transaksi dengan <i>e-money</i> sangat efektif					
4.	Transaksi dengan <i>e-money</i> sangat efisien					
5.	Menggunakan <i>e-money</i> memberikan rasa aman					

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERILAKU KONSUMTIF**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i 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
Membeli produk karena iming- iming hadiah	1,2,3			
Membeli produk karena kemasannya menarik	4			
Membeli produk demi penampilan dan gengsi	5			
Membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat	6			
Membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol status	7			
Menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	8			
Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya yang tinggi	9			
Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda	10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Agustus 2022
Validator

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

**LEMBAR VALIDASI
FINANCIAL LITERACY**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i 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
Pengetahuan tentang keuangan pribadi secara umum	1,2,3			
Tabungan dan pinjaman	4,5			
Asuransi	6,7			
Investasi	8,9,10,11			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Agustus 2022
Validator

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

LEMBAR VALIDASI
LIFE STYLE

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i 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
Kegiatan	1,2,3,4,5			
Minat/Keinginan	6,7,8			
Opini/ pendapat	9,10			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Agustus 2022
Validator

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

**LEMBAR VALIDASI
ELECTRONIC MONEY**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i 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
Manfaat dan keuntungan	1			
Kemudahan	2,3,4			
Kepercayaan	5			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Agustus 2022
Validator

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

Tabulasi angket Financial Literacy (X1)

No Respon den	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	X1. 10	X1. 11	Tot al
1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	4	18
3	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	44
4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	13
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	39
7	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
8	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	26
9	4	2	5	5	3	4	3	3	4	3	3	39
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	38
12	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	46
13	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	41
14	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	4	33
15	5	4	5	5	4	4	2	1	4	5	4	43
16	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	47
17	4	5	3	4	4	4	3	1	3	4	1	36
18	4	3	2	4	4	4	2	1	3	1	1	29
19	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	47
20	3	2	3	5	4	3	3	1	3	4	4	35
21	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	42
22	2	4	3	2	2	3	3	5	2	2	3	31
23	4	2	5	3	2	5	5	3	3	2	3	37
24	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	49
25	4	4	4	5	4	5	4	1	4	5	4	44
26	4	1	5	5	5	4	1	1	5	4	4	39
27	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	37
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
30	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	41
31	5	3	4	4	3	2	2	1	1	3	2	30
32	5	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	38
33	5	4	3	5	4	4	3	2	4	4	4	42
34	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	40
35	5	1	5	5	3	3	5	1	3	5	2	38
36	5	4	5	5	3	4	4	2	2	1	1	36

37	5	3	5	5	4	3	1	1	4	5	4	40
38	5	1	5	5	5	5	4	1	5	5	5	46
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
40	4	4	3	3	4	3	2	2	1	2	2	30
41	3	4	2	2	1	4	3	3	2	2	3	29
42	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	43
43	2	4	5	1	1	1	1	2	2	2	3	24
44	5	1	5	5	4	5	1	5	5	5	5	46
45	5	4	3	4	5	4	3	1	3	5	5	42
46	5	3	3	5	5	3	3	3	3	4	4	41
47	5	3	3	5	5	3	5	1	3	2	2	37
48	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	21
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	32
51	1	4	2	1	3	3	4	3	2	1	3	27
52	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	44
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
55	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
56	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	47
57	5	5	3	5	4	4	2	2	3	3	3	39
58	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	41
59	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	41
60	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	33
61	5	4	3	4	5	4	3	1	3	3	3	38
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
63	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	47
64	2	3	4	2	3	4	2	1	1	2	2	26
65	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	46
66	4	2	3	5	5	3	3	2	2	3	4	36
67	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
68	5	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	32
69	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	40
70	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
71	4	3	2	4	4	4	2	2	4	3	4	36
72	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	37
73	5	5	4	3	5	5	4	5	3	4	3	46
74	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	42
75	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	41

76	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	39
77	1	2	2	2	2	1	2	3	2	3	4	24
78	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	5	41
79	4	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	36
80	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	21
81	4	2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	42
82	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	46
83	4	3	2	2	4	4	4	3	2	2	4	34
84	1	2	1	2	1	4	1	4	1	3	5	25
85	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	5	44
86	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	43
87	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	38
88	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
89	5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	3	44
90	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
92	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	41
93	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	39
94	2	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3	41
95	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	39

Tabulasi angket Life Style (X2)

No Responden	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10	Total
1	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	14
3	5	2	1	4	4	3	5	3	3	1	31
4	1	3	3	2	2	1	2	3	3	2	22
5	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
6	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	18
7	2	2	2	4	2	2	1	2	2	2	21
8	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
9	3	2	2	2	2	3	1	1	2	1	19
10	4	4	1	5	4	4	1	4	4	4	35
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	25
13	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	29
14	3	4	2	3	2	5	1	4	2	3	29
15	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	16
16	5	2	1	1	1	1	1	1	3	3	19

17	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	35
18	3	3	1	3	2	1	1	1	1	1	17
19	3	4	3	5	5	1	1	2	1	1	26
20	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	31
21	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	36
22	1	2	2	1	2	4	4	3	4	4	27
23	2	4	2	5	3	2	2	1	5	2	28
24	3	5	2	4	4	4	4	3	3	4	36
25	4	5	1	1	1	4	1	4	1	1	23
26	2	1	1	2	3	3	1	1	3	1	18
27	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
28	1	4	4	5	4	4	4	3	3	4	36
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	23
31	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11
32	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	29
33	2	3	2	3	2	2	1	3	1	1	20
34	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	38
35	5	1	1	1	1	1	1	2	2	1	16
36	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	14
37	1	1	3	2	2	2	1	1	1	1	15
38	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11
39	5	3	1	1	1	5	1	1	1	1	20
40	4	3	1	3	3	3	4	1	3	2	27
41	2	2	1	1	1	3	1	1	3	2	17
42	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	26
43	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
45	5	4	5	5	3	4	2	2	4	5	39
46	3	2	1	3	4	2	4	2	2	1	24
47	2	1	1	1	1	1	3	2	3	1	16
48	3	3	5	3	3	3	2	3	3	3	31
49	2	3	1	2	1	3	1	3	1	1	18
50	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
51	5	4	5	3	3	4	3	5	5	5	42
52	4	5	1	2	2	2	3	3	3	2	27
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
56	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	39
57	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	37

Tabulasi Angket Penggunaan Electronic Money (X3)

No Responden	X3.1	X3.1	X3.3	X3.4	X3.5	Total
1	4	4	3	4	4	19
2	1	1	1	2	2	7
3	5	5	5	5	5	25
4	1	1	1	1	1	5
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	5	4	3	20
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	2	14
9	5	4	4	4	4	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	4	24
13	4	4	4	4	4	20
14	3	5	4	1	4	17
15	5	4	4	3	5	21
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	3	4	3	18
18	3	3	4	4	4	18
19	5	5	5	5	5	25
20	4	5	4	4	3	20
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	2	2	3	13
23	4	3	3	4	3	17
24	5	5	5	5	5	25
25	2	3	4	4	4	17
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	1	1	1	1	1	5
29	5	5	5	5	5	25
30	3	2	3	4	3	15
31	2	3	3	3	3	14
32	4	4	3	3	3	17
33	5	5	4	4	4	22
34	3	3	4	2	3	15
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20

38	1	5	5	5	5	21
39	5	5	5	5	3	23
40	3	4	3	3	3	16
41	3	2	3	2	3	13
42	3	3	3	3	3	15
43	2	2	2	2	2	10
44	5	5	5	5	5	25
45	5	3	4	4	5	21
46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	3	3	3	18
48	3	4	3	3	3	16
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	1	1	3	3	3	11
52	4	5	5	4	4	22
53	4	4	4	4	4	20
54	1	1	1	1	1	5
55	4	4	5	4	4	21
56	4	5	4	4	4	21
57	1	5	5	5	5	21
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	3	3	3	15
61	4	5	5	5	5	24
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	2	3	2	3	2	12
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	3	3	3	15
67	4	4	4	3	4	19
68	3	4	4	4	4	19
69	4	4	4	5	4	21
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	5	5	4	22
72	4	4	5	5	5	23
73	4	4	5	4	4	21
74	4	5	4	5	4	22
75	4	5	5	3	4	21
76	4	3	5	3	4	19

77	5	5	4	4	4	22
78	4	4	4	3	3	18
79	4	3	4	3	4	18
80	2	1	1	2	1	7
81	3	4	2	5	3	17
82	4	3	4	4	4	19
83	4	2	5	3	5	19
84	5	4	5	2	5	21
85	4	4	4	4	4	20
86	2	3	4	3	4	16
87	1	1	4	1	3	10
88	4	4	4	3	4	19
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	3	4	19
91	4	3	3	4	4	18
92	4	5	4	3	4	20
93	4	4	4	4	4	20
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	5	3	4	20

Tabulasi Angket Perilaku Konsumtif (Y)

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
2	3	2	1	1	2	3	3	2	1	1	19
3	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	43
4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	14
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
6	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	38
7	4	4	4	4	5	3	3	2	2	4	35
8	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	27
9	1	4	5	5	4	1	4	1	2	2	29
10	4	4	4	1	4	5	5	1	4	5	37
11	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
12	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	42

13	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
14	3	4	3	2	3	4	4	3	4	2	32
15	4	3	5	3	2	1	4	4	4	3	33
16	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
17	3	4	5	4	4	3	4	2	1	4	34
18	4	3	3	3	4	1	3	2	3	3	29
19	5	4	4	4	5	5	3	1	1	2	34
20	4	5	5	3	3	3	2	3	3	3	34
21	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	36
22	3	1	1	3	2	3	3	2	1	2	21
23	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	32
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	5	5	4	4	5	4	4	5	1	41
26	4	5	5	3	3	5	4	3	5	1	38
27	4	3	4	3	5	3	3	2	2	3	32
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	3	1	2	1	1	3	2	2	3	2	20
31	3	5	5	5	4	3	2	2	1	2	32
32	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	38
33	3	4	4	3	3	4	2	1	1	3	28
34	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	30
35	4	3	5	4	4	1	4	5	3	1	34
36	2	3	3	3	2	5	2	1	3	3	27
37	2	4	2	2	2	1	4	2	2	2	23
38	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	46
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	3	3	4	3	3	4	3	2	1	2	28
41	2	3	3	4	2	1	3	2	4	1	25
42	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	38
43	3	1	2	2	3	3	3	2	5	4	28
44	5	5	5	3	1	5	3	1	1	1	30
45	3	3	3	5	4	3	3	3	5	1	33
46	4	3	5	3	3	5	4	3	2	3	35
47	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	39
48	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	24
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	4	1	1	2	1	4	1	5	5	5	29

52	3	5	5	4	5	4	4	4	3	3	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
55	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
56	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
57	5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	40
58	4	5	5	4	4	3	2	3	2	3	35
59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
60	3	5	5	5	5	2	3	3	3	3	37
61	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	40
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
64	2	3	2	3	4	2	3	2	4	3	28
65	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	37
66	3	5	5	4	5	3	5	3	3	4	40
67	4	4	5	4	3	3	3	2	3	4	35
68	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
69	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
70	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
71	5	4	3	4	4	4	4	5	3	5	41
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
75	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
76	2	3	4	4	4	3	4	5	4	5	38
77	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
78	1	3	3	3	3	3	2	4	3	4	29
79	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	18
80	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	26
81	4	2	2	2	4	4	4	2	2	2	28
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
86	4	3	3	4	4	5	3	2	2	2	32
87	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	43
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
89	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
90	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	34

91	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
93	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
94	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
95	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36

Hasil Uji Validitas *Financial Literacy* (X1)

Correlations													
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	Total_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	,369*	,594*	,793*	,724*	,550*	,438*	,085	,575*	,581**	,255*	,775**
	Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,411	,000	,000	,013	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	,369*	1	,236*	,232*	,344*	,326*	,390*	,300*	,276*	,273**	,155	,511**
	Sig. (2- tailed)	,000		,021	,024	,001	,001	,000	,003	,007	,007	,134	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	,594*	,236*	1	,617*	,452*	,426*	,474*	,237*	,548*	,524**	,260*	,697**
	Sig. (2- tailed)	,000	,021		,000	,000	,000	,000	,021	,000	,000	,011	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	,793*	,232*	,617*	1	,759*	,550*	,426*	,140	,682*	,675**	,326**	,806**
	Sig. (2- tailed)	,000	,024	,000		,000	,000	,000	,175	,000	,000	,001	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	,724*	,344*	,452*	,759*	1	,557*	,506*	,227*	,614*	,603**	,381**	,801**
	Sig. (2- tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,027	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.6	Pearson Correlation	,550*	,326*	,426*	,550*	,557*	1	,541*	,330*	,522*	,451**	,322**	,717**
	Sig. (2- tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,001	,000

	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.7	Pearson Correlation	,438*	,390*	,474*	,426*	,506*	,541*	1	,462*	,413*	,355**	,245*	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,017	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.8	Pearson Correlation	,085	,300*	,237*	,140	,227*	,330*	,462*	1	,384*	,349**	,402**	,520**
	Sig. (2-tailed)	,411	,003	,021	,175	,027	,001	,000		,000	,001	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.9	Pearson Correlation	,575*	,276*	,548*	,682*	,614*	,522*	,413*	,384*	1	,747**	,527**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.10	Pearson Correlation	,581*	,273*	,524*	,675*	,603*	,451*	,355*	,349*	,747*	1	,544**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.11	Pearson Correlation	,255*	,155	,260*	,326*	,381*	,322*	,245*	,402*	,527*	,544**	1	,569**
	Sig. (2-tailed)	,013	,134	,011	,001	,000	,001	,017	,000	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_X1	Pearson Correlation	,775*	,511*	,697*	,806*	,801*	,717*	,685*	,520*	,815*	,794**	,569**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

X2.8	Pearson Correlation	,457**	,538**	,615**	,471**	,559**	,580**	,566**	1	,607**	,699**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2.9	Pearson Correlation	,436**	,479**	,605**	,559**	,548**	,538**	,580**	,607**	1	,799**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2.10	Pearson Correlation	,445**	,609**	,709**	,634**	,605**	,644**	,590**	,699**	,799**	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_X2	Pearson Correlation	,637**	,698**	,802**	,762**	,815**	,786**	,773**	,786**	,794**	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

Hasil Uji Validitas Penggunaan *Electronic money* (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,689**	,619**	,562**	,631**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	,689**	1	,716**	,700**	,693**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	,619**	,716**	1	,626**	,857**	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	,562**	,700**	,626**	1	,665**	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.5	Pearson Correlation	,631**	,693**	,857**	,665**	1	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000

	N	95	95	95	95	95	95
Total_X3	Pearson Correlation	,821**	,887**	,883**	,826**	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,476**	,462**	,362**	,465**	,459**	,447**	,350**	,273**	,324**	,648**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,008	,001	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	,476**	1	,784**	,680**	,624**	,423**	,590**	,378**	,245*	,375**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,017	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	,462**	,784**	1	,664**	,584**	,304**	,546**	,295**	,271**	,299**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,003	,000	,004	,008	,003	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	,362**	,680**	,664**	1	,688**	,298**	,479**	,440**	,312**	,356**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,003	,000	,000	,002	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.5	Pearson Correlation	,465**	,624**	,584**	,688**	1	,322**	,638**	,377**	,307**	,415**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,001	,000	,000	,002	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.6	Pearson Correlation	,459**	,423**	,304**	,298**	,322**	1	,396**	,333**	,312**	,442**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,003	,001		,000	,001	,002	,000	,000

	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.7	Pearson Correlation	,447**	,590**	,546**	,479**	,638**	,396**	1	,456**	,460**	,428**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.8	Pearson Correlation	,350**	,378**	,295**	,440**	,377**	,333**	,456**	1	,614**	,563**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.9	Pearson Correlation	,273**	,245*	,271**	,312**	,307**	,312**	,460**	,614**	1	,485**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,008	,017	,008	,002	,002	,002	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.10	Pearson Correlation	,324**	,375**	,299**	,356**	,415**	,442**	,428**	,563**	,485**	1	,672**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_Y	Pearson Correlation	,648**	,793**	,743**	,748**	,765**	,612**	,764**	,685**	,611**	,672**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
1	Financial literacy	0,925	12
2	Life Style	0,893	11
3	Electronic Money	0,925	10
4	Perilaku Konsumtif	0,911	5

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	5,08733082	
Most Extreme Differences	Absolute	0,083	
	Positive	0,053	
	Negative	-0,083	
Test Statistic			0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)			,101 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,502 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,489
		Upper Bound	0,514
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Hasil Uji Linearitas *Financial Literacy* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Financial Literacy	Between Groups	(Combined)	3929,623	28	140,344	5,885	0,000
		Linearity	2778,370	1	2778,370	116,507	0,000
		Deviation from Linearity	1151,253	27	42,639	1,788	0,029
	Within Groups		1573,914	66	23,847		
Total			5503,537	94			

Hasil Uji Linearitas *Life Style* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Life Style	Between Groups	(Combined)	2734,854	37	73,915	1,522	0,076
		Linearity	488,422	1	488,422	10,055	0,002
		Deviation from Linearity	2246,431	36	62,401	1,285	0,196
	Within Groups		2768,683	57	48,573		
	Total		5503,537	94			

Hasil Uji Linearitas *Electronic Money* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * <i>Electronic Money</i>	Between Groups	(Combined)	3302,041	17	194,238	6,794	0,000
		Linearity	2339,933	1	2339,933	81,842	0,000
		Deviation from Linearity	962,107	16	60,132	2,103	0,016
	Within Groups		2201,496	77	28,591		
	Total		5503,537	94			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030		
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000	0,419	2,387
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033	0,957	1,045
	<i>Electronic Money</i>	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016	0,425	2,351

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji Heteroskedastisitas

Correlations				
	Financial Literacy	Life Style	<i>Electronic money</i>	Unstandardized Residual

Spearman's rho	Financial Literacy	Correlation Coefficient	1,000	0,188	,577**	-0,063
		Sig. (2-tailed)		0,068	0,000	0,545
		N	95	95	95	95
	Life Style	Correlation Coefficient	0,188	1,000	0,147	0,008
		Sig. (2-tailed)	0,068		0,155	0,941
		N	95	95	95	95
	Electronic money	Correlation Coefficient	,577**	0,147	1,000	0,007
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,155		0,950
		N	95	95	95	95
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0,063	0,008	0,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,545	0,941	0,950	
		N	95	95	95	95

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	0,558	0,543	5,17051

a. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy

Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000

	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3070,729	3	1023,576	38,287	,000 ^b
	Residual	2432,808	91	26,734		
	Total	5503,537	94			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy						

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Tabel. IV.1
Hasil Uji Validitas *Financial literacy*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,775	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95 - 2 = 53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,511		Valid
3	0,697		Valid
4	0,806		Valid
5	0,801		Valid
6	0,717		Valid
7	0,685		Valid
8	0,520		Valid
9	0,815		Valid
10	0,794		Valid
11	0,569		

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi25

Tabel. IV.2
Hasil Uji Validitas *Life style*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,637	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 95 - 2 = 53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,698		Valid
3	0,802		Valid
4	0,762		Valid
5	0,815		Valid
6	0,768		Valid
7	0,773		Valid
8	0,786		Valid

9	0,794		Valid
10	0,871		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi25

Tabel. IV.3
Hasil Uji Validitas *Electronic Money*

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,821	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n =$ $95-2=53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,887		Valid
3	0,883		Valid
4	0,826		Valid
5	0,886		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi25

Tabel. IV.4
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,648	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n =$ $95-2=53$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$	Valid
2	0,793		Valid
3	0,743		Valid
4	0,748		Valid
5	0,765		Valid
6	0,612		Valid
7	0,764		Valid
8	0,685		Valid
9	0,611		Valid
10	0,672		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi25

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
1	Financial literacy	0,925	12
2	Life Style	0,893	11
3	Electronic Money	0,925	10
4	Perilaku Konsumtif	0,911	5

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi

Tabel IV. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	5,08733082	
Most Extreme Differences	Absolute	0,083	
	Positive	0,053	
	Negative	-0,083	
Test Statistic			0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)			,101 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,502 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,489
		Upper Bound	0,514
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

TABEL IV.7
Hasil Uji Linearitas *Financial Literacy* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku		(Combined)	3929,623	28	140,344	5,885	0,000

Konsumtif * Financial Literacy	Between Groups	Linearity	2778,370	1	2778,370	116,507	0,000
		Deviation from Linearity	1151,253	27	42,639	1,788	0,029
	Within Groups		1573,914	66	23,847		
	Total		5503,537	94			

TABEL IV.8
Hasil Uji Linearitas *Life Style* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Life Style	Between Groups	(Combined)	2734,854	37	73,915	1,522	0,076
		Linearity	488,422	1	488,422	10,055	0,002
		Deviation from Linearity	2246,431	36	62,401	1,285	0,196
	Within Groups		2768,683	57	48,573		
	Total		5503,537	94			

TABEL IV.9
Hasil Uji Linearitas *Electronic Money* dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Electr onic Mone y	Between Groups	(Combined)	3302,041	17	194,238	6,794	0,000
		Linearity	2339,933	1	2339,933	81,842	0,000
		Deviation from Linearity	962,107	16	60,132	2,103	0,016
	Within Groups		2201,496	77	28,591		
	Total		5503,537	94			

TABEL IV.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standard ized Coeffie nts	t	Sig.	Colline arity Statistic s

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030		
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000	0,419	2,387
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033	0,957	1,045
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016	0,425	2,351
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif								

TABEL IV.11
Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Financial Literacy	Life Style	Electronic money	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Financial Literacy	Correlation Coefficient	1,000	0,188	,577**	-0,063
		Sig. (2-tailed)		0,068	0,000	0,545
		N	95	95	95	95
	Life Style	Correlation Coefficient	0,188	1,000	0,147	0,008
		Sig. (2-tailed)	0,068		0,155	0,941
		N	95	95	95	95
	Electronic money	Correlation Coefficient	,577**	0,147	1,000	0,007
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,155		0,950

		N	95	95	95	95
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0,063	0,008	0,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,545	0,941	0,950	
		N	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

TABEL IV.12
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	0,558	0,543	5,17051
a. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy				

Tabel IV. 13

Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Tabel IV. 14
Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3070,729	3	1023,576	38,287	,000 ^b
	Residual	2432,808	91	26,734		

Total	5503,537	94		
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				
b. Predictors: (Constant), Electronic Money, Life Style, Financial Literacy				

Tabel IV. 15

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

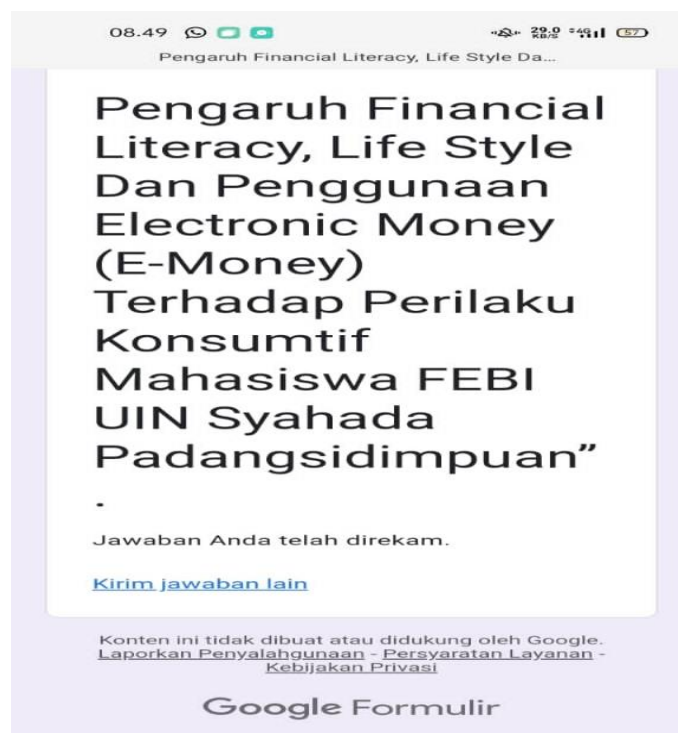
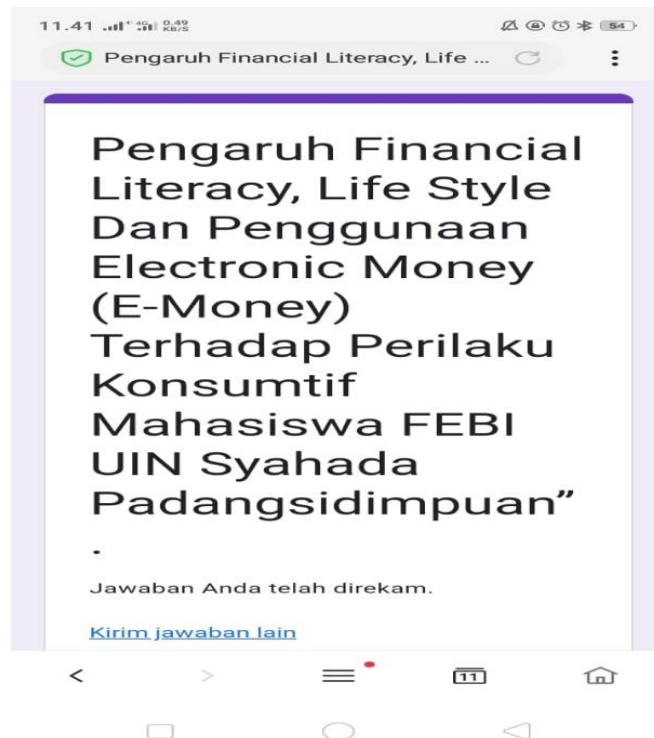
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,126	2,786		2,199	0,030
	Financial Literacy	0,433	0,097	0,479	4,452	0,000
	Life Style	0,123	0,057	0,155	2,169	0,033
	Electronic Money	0,447	0,182	0,263	2,458	0,016
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 25











KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 355 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

22-Februari 2022

Yth. Bapak/Ibu;

1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fiona Tri Ulfa
NIM : 1840200012
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Literacy, Life Style* dan Penggunaan *Electronic Money (e-Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.


Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
M. Vasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1634 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/07/2022
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

29 Juli 2022

Yth. Sdr. Fiona Tri Ulfa

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyanggati surat permohonan izin penelitian Saudara tanggal 20 Juli 2022 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Fiona Tri Ulfa
NIM : 1840200012
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Financial Literacy, Life Style dan Penggunaan Electronic Money (e-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan**".

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb



Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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 Faximilli (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2953 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Abdul Nasser Hasibuan
NIP : 19790525 200604 1 004
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik

Menerangkan bahwa;

Nama : Fiona Tri Ulfa
NIM : 1840200012
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada tanggal 29 Juli 2022 s.d 1 September 2022 dengan judul "**Pengaruh Financial Literacy, Life Style dan Penggunaan Electronic Money (e-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan**".

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 30 Nopember 2022



Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.