PENGARUH CASHLESS SOCIETY DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh:

WINDI WIDIYA DHARMA
NIM. 17 401 00293

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2023

PENGARUH *CASHLESS SOCIETY* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

WINDI WIDIYA DHARMA
NIM. 17 401 00293

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I	Pembimbing II
H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si,	**Rodame Monitorir Napitupulu M.M**
NIP. 197407011999032001	NIP. 198411302018012001

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **WINDI WIDIYA DHARMA**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **WINDI WIDIYA DHARMA** yang berjudul **"Pengaruh *Cashless Society* dan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa"** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan 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 munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si	**Rodame Monitorir Napitupulu M.M**
NIP. 197407011999032001	**NIP. 198411302018012001**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **WINDI WIDIYA DHARMA**
NIM : **17 401 00293**
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **"PENGARUH CASHLESS SOCIETY DAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA"**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 17 Januari 2023
Saya yang Menyatakan,

WINDI WIDIYA DHARMA
NIM. 17 401 00293

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : **WINDI WIDIYA DHARMA**
NIM : 17 401 00293
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh *Cashless Society* dan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa".** Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 17 Januari 2023
Yang menyatakan,

WINDI WIDIYA DHARMA
NIM. 17 401 00293

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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama	**: Windi Widiya Dharma**
Nim	**: 17 401 00293**
Fakultas	**: Ekonomi dan Bisnis Islam**
Program Studi	**: Perbankan Syariah**
Judul Skripsi	**:Pengaruh *Cashless Society* dan *E-money* TerhadapPerilaku Konsumtif Mahasiswa**

Ketua

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

Sekretaris

Indi Aini, M.E.
NIDN.2025128903

Anggota

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

Indi Aini, M.E.
NIDN.2025128903

M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202

Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah	
Di	**: Padangsidimpuan**
Hari/Tanggal	**: Selasa/ 14 Maret 2023**
Pukul	**: 08.30 WIB s/d Selesai**
Hasil/Nilai	**: Lulus/ 70 (B)**
Indeks Prestasi Kumulatif	**: 3,26**
Predikat	**: Memuaskan**

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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH *CASHLESS SOCIETY* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA"

NAMA : WINDI WIDIYA DHARMA
NIM : 17 401 00293

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 10 Juni 2023
Dekan,

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

ABSTRAK

Nama : **Windi Widiya Dharma**
NIM : **17 401 00293**
Judul Skrip : **Pengaruh *Cashless society* dan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Cashless society adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital, danya dompet digital seperti OVO, Gopay, Dana, Linkaja menjadikan manusia konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan Perilaku Konsumtif, *Cashless Society* dan *E-money*. perilaku konsumtif adalah suatu dorongan adalah dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. *Cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. *E-money* adalah dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam satu media elektronik yang dimiliki seseorang.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dengan teknik insidental dengan jumlah sampel sebanyak 89. Pengumpulan data yang digunakan dengan teknik angket (kuesioner), Studi pustaka dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dengan pengujian Uji Linearitas, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Berganda data diolah dengan bantuan program SPSS versi 26.

Hasil penelitia ini menunjukkan bahwa ada terdapat pengaruh *Cashlass Society* terhadap Perilaku Konsumtif, terdapat pengaruh *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif, dan terdapat pengaruh *cahsless siciety* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *cashless Society* dan *E-money* secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, *Cashless society, E-money*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian: **"Pengaruh *Cashlass Society* dan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa".** Serta tidak lupa shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, SM.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin 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 Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan dan Ibu Hamni Fadillah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta Bapak/Ibu dosen dan juga staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si, selaku pembimbing I dan Rodame Monitorir Napitupulu M.M, 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-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Yusuf Adi Dharma dan Ibunda tercinta Resmi Wati, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan

moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan hingga sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, semoga saya sebagai anak akan selalu bisa membahagiakan ayahanda dan ibunda berdua di dunia maupun di akhirat.

7. Keluargaku tercinta, Abang laki-laki saya Reynaldi Dharma dan adik perempuan saya tercinta Neyza Tria Dharma dan Filza Setia Dharma yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan selalu menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk adik sepupu saya tercinta Leli Eta Apriana, Anggi Julia Ningsi, Sisi Septi Lia Sari yang juga senantiasa selalu memberikan dukungan yang luar biasa dan selalu menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh keluarga besar yang selalu menyemangati semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Banyak terima kasih juga kepada sahabat terbaik, , Nur Aini Permata Sari Marat, Aswidarni, Indah Fitri, Manis Peria, Siti Khopipa Indah, Suswita Sari, Yusril Ihja Mahendra, Ali Akbar Hasibuan, yang selalu memberikan motivasi, semangat dan bantuan doa kepada peneliti, yang selalu setia dalam kondisi apapun, terimakasi banyak kepada Zainul Andri Baihaqqi yang telah banyak meluangkan waktu selama proses penelitian,
9. Untuk Adik-Adik terbaik Siti Sundari, Amriani, Rindi Mutiara yang selalu membantu dan menyemangati peneliti dalam melakukan penelitian.
10. Kepada Sahabat KKL-DR seperjuangan saya yaitu Gusti Gunawan Daulay, Yusril Ihja Mahendra, Habib Nasution, Indah Fitri, Manis Peria, Aswidarni,

Rendot Rangkuti, Reni Wahyuni, Sartiani Lubis, Suswita Sari, Siti khofipa Indah, Inda Lestari terimakasih telah memberi semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi saya ini.

11. Terimakasih juga kepada sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 7 mahasiswa angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
12. Untuk rekan-rekan peneliti, yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu. Terimakasih doa dan dukungannya selama ini yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidimpuan, Desember 2022

Windi Widiya Dharma
NIM. 17 401 00293

PEDOMAN TRANSLITERSASI 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 translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te(dengan titik di bawah)
ظ	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 vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	*Fatḥah*	A	A
ـِ	*Kasrah*	I	I
ـُ	*Dommah*	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	*fatḥah dan ya*	Ai	a dan i
..... وْ	*fatḥah dan wau*	Au	a dan u

c. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....َ..... ى	*fatḥah dan alif atau ya*	ā	a dan garis atas
..ِ..ى	*Kasrah dan ya*	ī	i dan garis di bawah

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasenya 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 (Tsaydid)*

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 dalan system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu, ال 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*

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*

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 diakhir 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 bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata 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 kapital tetap huruf awal nama diri tesebut, 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 takterpisahkan 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

ABSTRAK..... i
KATA PENGANTAR..... ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....iv
DAFTAR ISI.....xi
BAB I PENDAHULUAN.....1
A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Identifikasi Masalah.....6
C. Batasan Masalah.....6
D. Rumusan Masalah.....7
E. Definisi Operasional Variabel.....7
F. Tujuan Penelitian.....9
G. Manfaat Penelitian.....10
H. Sistematika Pembahasan.....11

BAB II LANDASAN TEORI
A. Landasan Teori.....13
1. Perilaku Konsumtif.....13
a. Definisi Perilaku Konsumtif.....13
b. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam.....15
c. Faktor-Faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumtif.....18
d. Indikator Perilaku Konsumtif.....21
2. *Cashless Society*.....*22*
a. Definisi *Cashless Society*.....*22*
b. Perkembangan *Cashless Society*.....*23*
c. Indikator Penggunaan *Cashless*.....*28*
3. *E-money*.....*30*
a. Pengertian *E-money*.....*30*
b. Jenis dan Batas Uang Elektronik.....32
c. Kelemahan dan Kelebihan *E-money*.....*34*
d. Indikator *E-money*
B. Penelitian Terdahulu.....37
C. Kerangka Pikir.....43
D. Hipotesis.....44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....45
B. Jenis Penelitian.....45
C. Populasi dan Sampel.....46
D. Sumber Data.....48
E. Instrumen Pengumpulan Data.....49
1. Kuesioner.....49
2. Studi Pustaka.....50
F. Teknik Pengolahan data.....**50**
1. Uji validitas dan Uji reliabelitas.. 50

G. Teknik Analisis Data 51
1. Uji Linearitas 52
2. Uji Normalitas 52
3. Uji Asumsi Klasik 52
4. Uji Regresi Berganda 54
5. Uji Hipotesis 55
BAB IV HASIL PENELITIAN 58
A. Gambaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan 58
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan 58
2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan 59
3. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA padangsidimpuan 60
B. Hasil Analisis Data 62
1. Hasil Uji Validitas 62
2. Uji Reliabilitas 64
3. Hasil Uji Normalitas 64
C. Hasil Uji Asumsi Klasik 65
1. Hasil Uji Multikolinearitas 65
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas 66
D. Hasil Uji Hipotesis 67
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 67
2. Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji t) 68
3. Uji Signifikansimultan (Uji F) 69
4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 70
E. Pembahasan Hasil Penelitian
1. Pengaruh Cashlass Society terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa 71
2. Pengaruh *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa 72
3. Pengaruh *Cashlass Society* dan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa 73
F. Keterbatasan Penelitian 74
BAB V KESIMPULAN
A. KESIMPULAN 75
B. SARAN 75
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 : Definisi Operasional Variabel 8

Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu 37

Tabel III.1: Jumlah popolasi..... 47

Tabel III.2 : Pengukuran Skala Likert 51

Tabel IV.1: Hasil Uji Validitas Variabel *Cashless Society* (X_1) 62

Tabel IV.2: Hasil Uji Validitas Variabel *E-money* (X_2) 63

Tabel IV.3: Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) 63

Tabel IV.4: Hasil Uji Reliabelitas 64

Tabel IV.5: Hasil Uji Normalitas *Kolmogrof-smirnov* 64

Tabel IV.6: Hasil Uji Multikolinearitas 65

Tabel IV.7: Hasil Uji Heteroskedastisitas 66

Tabel IV.8: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 67

Tabel IV.9: Hasil Uji Parsial (Uji t) 67

Tabel IV.10: Uji Sinifikan Simultan (F) 68

Tabel IV.11: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 : Kerangka Pikir 43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, dunia teknologi dan informasi pun ikut berkembang secara pesat, salah satunya dalam teknologi sistem pembayaran. Sistem pembayaran khususnya dalam transaksi jual-beli mengalami perkembangan yang sangat pesat kemajuan teknologi tersebut dapat saja menggeser fungsi uang tunai yang dari dulu dipakai oleh masyarakat sebagai alat pembayaran pada umumnya menjadi uang non tunai yang dirasa lebih efektif dan efisien. Berkat kecanggihan teknologi, semua transaksi dan pembayaran dapat dilakukan secara non tunai dan tanpa kartu, hanya melalui sebuah aplikasi yang ada di *smartphone* setiap orang. Tidak perlu waswas saat dompet tertinggal di rumah, karena cukup lewat *smartphone*, pengguna dapat melakukan pembayaran digital dengan mudah, aman dan dalam waktu singkat.[1] Dompet digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi *online*, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang *online*, dan tiket penerbangan. Dompet digital dapat di unduh secara gratis melalui smartphonesetiap orang.

[1] Dwi Rorin Maulidin Insana dan Ria Susanti Johan, *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,* Jurnal Ekonomi, Vol. 17, No. 2, Juli 2021, Hal. 414.

Adanya transaksi menggunakan dompet adalah wujud dari perkembangan teknologi. Masyarakat pun telah dikenal dengan gaya hidup tanpa uang tunai (*cashless society*) atau dikenal dengan Gerakan Non Tunai. *Cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital.[2]

Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Peraturan No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik *(e-money)* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan positif dan negatif terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kasus-kasus penipuan

[2] Firman katon dan UlfaYuniati, "*Fenomena Cashless Society dalam epidemi Covid-19",* jurnal signal, Volume 8, No.2, Juli 2020, hlm 89-214.

yang mengatasnamakan penyedia *e-money* tertentu pun tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya. Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *e-money*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-money*, antara lain sebagai berikut. (1) *merchant* tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang cash saat berbelanja. (3) pembayaran untuk belanja online semakin mudah dilakukan kapanpun dimanapun. Selain itu, melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh pengembang *e-money* seperti Gopay, OVO, Dana, *shopee-pay*, isaku, dan lain sebagainya menjadi salah satu daya tarik *e-money* yang tidak dapat diabaikan. Seorang pengguna *e-money* dapat memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat sebagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money*.[3] Dengan adanya *e-money* mempermudah segala aktivitas pembelian atau transaksi suatu produk, tapi sebagian masyarakat atau mahasiswa kurang mengerti menggunakan *e-money* dan kurang percaya dimana banyak sekarang penipuan yang mendorong terkhususnya mahasiswa tidak sering menggunakan *e-money* dalam transaksi. Sebelumnya peneliti telah bertanya kepada salah satu mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan dari Fakultas ekonomi dan bisnis Islam yaitu saudari Manis Peria, alasan beliau kurang percaya

[3] Luh Gede Kusuma Dewi, *Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Di Mediasi Kontrol Diri*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 5, No. 1, Maret 2021, Hal. 2.

menggunakan *e-money* dikarenakan jika salah kirim ke nomor rekening seseorang tidak dapat ditarik lagi beda jauh jika menggunakan uang asli kita dapat langsung memberikan kepada pembayaran produk apa yang kita beli dan juga penggunaan *e-money* harus hati-hati karena akan berdampak pada keuangan kita jika terjadi kesalahan pengiriman uang atau pembayaran produk menggunakan *e-money*.

Perilaku konsumtif banyak terjadi pada kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswi. Remaja yang berperilaku konsumtif menggunakan faktor emosionalnya saja, misalnya dengan hanya memperhitungkan gengsi, sedangkan remaja yang memperhatikan faktor rasional cenderung mempertimbangkan masyarakat serta harga produk yang berwujud mode atau *style popular*. Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan gaya hidup, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan yang sebenarnya kurang penting. Ketika seseorang berbelanja kadang lupa dengan tujuan semula, yaitu membeli barang-barang yang diperlukan, mengetahui adanya promosi dan melihat barang yang bagus, ia tertarik untuk membelinya. Perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku inilah yang menyebabkan terjadinya pemborosan. Seharusnya ia dapat memanfaatkan uangnya untuk suatu keperluan yang lebih penting.

Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan negatif. Aspek positif dari perilaku konsumtif antara lain adalah timbul rasa puas, rasa

puas ini timbul karena konsumen dapat memilih kombinasi berbagai macam barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia, selain itu perilaku konsumtif juga dapat menambah pengalaman, hal ini terjadi apabila konsumen mengkonsumsi barang dan jasa baru, yang belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya. Selain itu, perilaku konsumtif juga memiliki aspek negatif. Salah satunya adalah memupuk sifat atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri. Dengan sifat atau gaya hidup yang seperti ini, orang akan terdorong untuk membeli barang dan jasa yang sebenarnya belum menjadi kebutuhan.[4]

Adanya dompet digital seperti OVO, Gopay, Dana, Linkaja menjadikan manusia konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital. Transaksi yang paling sering digunakan menurut hasil riset lembaga riset berbasis aplikasi, snapchat yaitu transaksi retail (28%), pemesanan transportasi online (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%). Segmen transaksi pemesanan transportasi online dan pengiriman makanan online, data penelitian Snapcart menunjukkan posisi OVO sebagai dompet digital layanan Grab dan Grab Food menunjukkan 71% responden yang menggunakan OVO untuk transaksi ini Berdasarkan data di atas dapat dikatakan bahwa uang elektronik untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji, dan belanja telah

[4] Dwi Rorin Maulidin Insana dan Ria Susanti Johan, *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,* Jurnal Ekonomi, Vol. 17, No. 2, Juli 2021, Hal.415-416.

populer di kalangan konsumen Indonesia terutama pada kaum generasi milenial maupun generasi Z yang dikenal fasih menggunakan teknologi. Maraknya penggunaan dompet digital di kalangan generasi milenial menjadikan ketertarikan peneliti dalam hal memanfaatkan teknologi kekinian (uang elektronik) dari motif dan interaksi.[5]

Berdasarkan fenomena dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang PENGARUH *CASHLESS SOCIETY* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

B. Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai *cashless society* dan *e-money*.
2. Adanya pengaruh *Cashless Society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Adanya pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Agar memudahkan peneliti dalam proses penelitian yang akan dilakukan, maka peneliti membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Maka penelitian ini dibatasi 2 variabel bebas yaitu *cashless society* dan *e-money* sedangkan variabel terikatnya perilaku konsumtif mahasiswa studi kasus pada mahasiswa aktif FEBI program studi

[5] Firman katon dan UlfaYuniati, *Op. Cit*., hlm 89-214.

Perbankan Syariah angkatan 2018-2021 UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

D. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang, adapun permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh *cashless society* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan ?

E. **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1.	*Cashless society* (X1)	Merupakan suatu struktur atau bangunan baru dalam masyarakat atau komunitas yang tidak lagi memandang uang *(money)* sebagai bentuk fisiknya seperti lembaran kertas atau dalam bentuk koin logam, namun dapat diganti dengan sistem baru yang dikenal dengan uang elektronik *(e-money)* sebagai media transaksi.	1. Lebih higienis 2. Praktis dibawa kemana saja 3. Mudah bertransaksi apapun dan kapanpun 4. Aman dari pencurian 5. Transaksi lebih mudah dikontrol 6. Banyak promo menarik	Ordinal
2.	*E-money* (X2)	Uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.	1. Manfaat dan keuntunan 2. Kemudahan dalam keuntungan 3. Kepercayaan	Ordinal
3.	Perilaku konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah suatu dorongan adalah dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana	1. Membeli produk karena hadiahnya 2. membeli produk karena	Ordinal

		lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan.	kemasannya menarik. 3. membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. 4. membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5. membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status 6. memakai produk karena unsur konfornitas terhadap model yang mengiklankan	

F. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

2. Untuk mengetahui pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *cashless* society dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

G. **Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini yang peneliti harapkan yaitu :

1. Bagi Peneliti

   Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman juga wawasan berpikir peneliti dalam menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh selama masa pembelajaran dibangku kuliah.

2. Bagi Perbankan Syariah

   Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan ataupun informasi kepada perusahaan lembaga keuangan khususnya bank syariah dalam penyediaan produk dengan pembayaran secara non tunai atau *e-money* di era *cashless society*.

3. Bagi Akademisi

   Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan bahan bacaan untuk menambah pengetahuan tentang *cashless society* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi, yang terdiri dari lima bab adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN ini untuk memberikan gambaran menyeluruh dengan ringkas pada dasar penulisan skripsi. Memuat pembahasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori ini, menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini. Berisi tentang hal-hal yang berkenaan dengan teori harga, teori *E-Money* dan teori perilaku konsumtif.

BAB III Metodologi penelitian ini menguraikan tentang metode yang dipergunakan dalam penelitian meliputi waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian merupakan laporan hasil penelitian yang berisikan penyajian data tentang gambaran umum lokasi penelitian, gambaran pengaruh harga dan *E-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Program Studi perbankan syari'ah UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

BAB V Penutup merupakan penutup yang meliputi penarikan kesimpulan yang menjawab dari pertanyaan rumusan masalah dan memberikan saran-saran berdasarkan hasil penelitian.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah suatu tanggapan atau individu yang terwujud dalam gerakan sikap, tidak hanya badan atau ucapan. Konsumtif merupakan suatu sifat yang berlebih-lebihan atau boros. Maka perilaku konsumtif adalah suatu dorongan adalah dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan.

Terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasari pada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Belanja menjadi alat pemuas keinginan, terkadang barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, akan tetapi karena pengaruh terendah atau mode yang tengah berlaku.[6]

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

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.[7]

Perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk bermacam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.

Perilaku konsumtif timbul akibat adanya perilaku konsumsi yang tidak rasional (irasional). Sebuah tindakan dalam berbelanja dapat dikatakan tidak rasional, bila seseorang konsumen memutuskan membeli barang tanpa pertimbangan yang baik. Berikut adalah perilaku konsumen irasional yang menimbulkan perilaku konsumtif:

a) Membeli barang hanya tertarik dengan iklannya.

[7] Fikriah , *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial. Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2009), hal. 29.

b) Tertarik membeli barang hanya karena mereknya yang terkenal.
c) Membeli barang hanya karena obral atau untuk memperoleh bonus.
d) Konsumsi hanya untuk pamer atau gengsi, bukan karena kebutuhan akan barang tersebut.[8]

b. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula pada dalam masalah konsumsi, islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat al-qur'an dan *as-sunnah*. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-quran dan *as-sunnah* ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan dalam hidupnya, perilaku konsumsi yang sesuai dengan al-quran dan *as-sunnah* yaitu seperti makan dan minum yang cukup, melakukan pekerjaan yang bermanfaat, membantu orang lain dalam kebaikan, dan merayakan hari raya dengan tidak berlebihan.

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif akan tetapi tidak semua dapat

[8] Adji, dkk, *Ekonomi Islam* (jakarta : Erlangga,2007), hal.94.

menyalurkannya. Konsumsi yang berlebihan merupakan ciri khas masyarakat ciri khas masyarakat yang tidak mengenal tuhan, yang dalam Islam *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-menghamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum, atau dengan cara tanpa aturan.[9]

Q.S al- A'Raf Ayat 31

۞يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ

> Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan lah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.[10]

Ayat diatas melarang kita untuk berbuat berlebih-lebihan dalam hal makan, berhias (berpakaian), serta dalam hal berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok. Membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dalam menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif dapat mengakibatkan seseorang dapat berbuat apa saja, termasuk berbohong, oleh karena itulah kita dilarang

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

[10] quran.kemenag.go.id

untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

Konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros dan berlebih-lebihan.[11] Ada beberapa prinsip konsumsi dalam islam, yaitu :

a) Prinsip keadilan, syarat ini mengandung arti ganda penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak terlarang.
b) Prinsip kebersihan, perinsip yang kedua ini menghendaki makanan yang dikonsumsi harus baik atau cocok untuk dimakan tidak kotor atau menjijikkan sehingga merusak selera.[12]
c) Prinsip kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman dalam sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan dan minum secara berlebihan.
d) Prinsip kemurahan hati, dalam hal ini islam memerintahkan agar senantiasa memperhatikan saudara dan tetangga kita dengan senantiasa berbagi rasa bersama.

---

[11] Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadits Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers,2014), Hal.92

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

e) Prinsip moralitas, selain hal-hal teknis di atas islam juga memperhatikan pembangunan moralitas spiritual bagi manusia hal tersebut dapat digambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas karunianya, maka hal tersebut secara tidak langsung akan membawa dampak psikologis bagi pelakunya seperti anti makanan haram baik zat maupun cara mendapatkannya maupun ketenangan jiwa.[13]

c. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Adapun Faktor faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di zaman digital pada mahasiswa yaitu sebagai berikut:

a) Cashless Society

Kebanyakan dari pengguna *cashless* tidak begitu mengkhawatirkan dampak negatif yang mungkin terjadi. Yang mereka utamakan adalah bagaimana *cashless* mampu mempermudah berbagai aspek kehidupan. Menurut berger dan Luckman dalam Buku karya John Storey, semua fenomena dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalamnya fenomena *cashless* adalah konstruksi yang diproduksi secara historis melalui aktivitas manusia.

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

Cashless juga menjadikan penggunanya kurang begitu memperhatikan *cash flow* pribadi sehingga terkesan boros. Kepopuleran uang elektronik turut didukung oleh perilaku milenial yang mendominasi populasi masyarakat Indonesia. Generasi milenial cenderung lebih akrab dengan teknologi informasi, budaya generasi Milenial yang bersifat ingin segalanya praktis membutuhkan sebuah sistem yang efisien agar tidak perlu banyak usaha untuk melakukan kegiatan ekonomi.Uang elektronik dan sistem pembayaran non tunai hadir sebagai solusi atas masalah ini, dimana semua transaksi dapat dilakukan hanya dengan melalui klik pada *smart phone* di genggaman tangan yang akhirnya menjadikan *cashless society* bukan lagi sebagai pilihan tetapi sebagai kebutuhan. [14]

Salah satu ciri dari prilaku konsumtif adalah pembelian produk dikarenakan adanya promo seperti *cashback* atau hadiah dari kartu elektronik *e-money* tersebut. Disamping itu ada efek negatif atau dampak negatif dari kemudahan *cashlass* tersebut karena ternyata *boomerang* yang hemat ada kecenderungan seseorang berbelanja dengan tidak terkontrol, sehingga barang yang

[14] Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta, "Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial," dalam *Jurnal Ikon Agustus,* Vol 2, No. 2, Agustus 2020, hlm. 185.

dibeli itu bukan karena kebutuhan tapi memang karena berdasarkan keinginan.

b) *E-Money*

Penggunaan teknologi modern kini sudah dimanfaatkan dalam berbagai aspek dalam kehidupan bermasyarakat serta sudah memasuki bermacam sektor seperti sektor Pendidikan, perbankan, bisnis, pemerintah, hingga kehidupan pribadi, . Berkembangnya teknologi ini tentunya berpengaruh pada perubahan alat pembayaran dalam transaksi keuangan yang semakin modern dan canggih. Kebutuhan masyarakat saat ini tentunya ingin menggunakan alat pembayaran yang memiliki suatu keamanan, ketepatan, dan kecepatan dalam melakukan suatu transaksi, pilihan masyarakat saat ini lebih menyukai kemudahan dengan menggunakan alat digital, karena uang elektronik sebagai alat pembayaran tidak terlepas dari penerimaan masyarakat terhadap hadirnya teknologi dalam uang elektronik.

Konsumtif umumnya dipergunakan untuk permasalahan yang menyangkut perilaku konsumen dalam keseharian. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu berprilaku berlebihan dalam melakukan pembelian suatu hal atau melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan. Dampaknya, mereka akan

membelanjakan uangnya dengan tidak rasional dan membabi buta, dan sekadar untuk memperoleh barang yang dianggapnya dapat menjadi simbol keistimewaan. Maka dalam hal ini konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dalam mengkonsumsi barang dan jasa.[15]

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah :

a) Membeli produk karena hadiahnya, Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan membeli barang tersebut
b) Membeli produk karena kemasannya menarik, Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang di
c) Di kemas dengan rapi dan di hias dengan warna-warna yang menarik
d) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan

[15] Ike Nia Yuliana dan Azib, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas islam Bandung," dalam *Jurnal Prosiding Manajemen*, Vol 7, No. 2, Tahun 2021, hlm. 353.

uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

e) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), Konsumen dapat ditandai dengan adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang di anggap paling mewah

f) Membeli Produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, Konsumen memiliki kemampuan membeli yang tinnggi baik dalam berpakaian, berdandan, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain

g) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh idolanya.[16]

2. *Cashless Society*

a. Definisi *Cashless Society*

Cashless society adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial

[16] Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Wardani, *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja,* (Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Managemen, 2021), hal. 10-11.

secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital.

Pandemi telah mengubah habit masyarakat atau perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara non tunai dengan menggunakan dompet digital atau *e-wallet* agar mengurangi resiko terinfeksi virus corona yang menempel pada uang, kartu kredit atau tangan orang yang menyerahkan atau menerima uang tersebut. *World Health Organization* (WHO) menghimbau masyarakat agar dapat menerapkan *contactless payment. Contactless payment* dimaksudkan disini adalah mengurangi kontak dengan pembayaran tunai dengan menggunakan dompet digital atau transaksi elektronik.

Adanya transaksi menggunakan dompet digital adalah wujud dari perkembangan teknologi. Masyarakat pun telah dikenalkan dengan gaya hidup tanpa uang tunai *(cashless society)* atau dikenal dengan Gerakan Non Tunai.[17]

b. Perkembangan *Cashless Society*

Dunia industri kini memasuki era digitalisasi dimana segala sesuatunya bertumpu pada sistem jaringan internet.Termasuk di dalamnya adalah sektor ekonomi. Munculnya *financial technology* memberi warna baru pada sistem pembayaran di Indonesia yang kemudian memunculkan istilah *cashless society.*

[17] Firman katon dan UlfaYuniati, *Op. Cit*., hlm 89-214.

Fenomena *cashless society* ini tidak terlepas dari revolusi industri 4.0 yang menitikberatkan pada penggunaan internet dan menjadikan telepon seluler sebagai media perantara dalam bertransaksi cashless. Hal ini turut didukung oleh pemerintah yang kian gencar mengkampanyekan gerakan nasional non tunai (GNNT). Pembayaran menggunakan gawai berpeluang besar menjadi pilihan utama konsumen di masa depan. GNNT ini ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga nantinya secara perlahan akan terbentuk komunitas masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai dalam melakukan berbagai transaksi. Selain itu, Bank Indonesia juga aktif mendorong masyarakat luas secara general dan secara khusus pada pelaku bisnis serta lembaga pemerintah untuk menggunakan pembayaran non tunai sebagai metode pembayaran utama pada setiap transaksi.[18]

Pada era globalisasi saat ini sistem pembayaran yang mengandalkan uang fisik mulai bergeser sejak tersedianya pelayanan transfer melalui bank, kehadiran kartu kredit, kartu debit, dan ATM. Bahkan kini, dengan kemajuan teknologi yang kian pesat, transaksi keuangan (bisnis) dapat dilakukan secara *mobile*. Fenomena ini mengisyaratkan semakin dekatnya kita

[18] Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta, "Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial," dalam *Jurnal Ikon Agustus,* Vol 2, No. 2, Agustus 2020, hlm. 185.

menuju *cashless society* atau masyarakat yang melakukan transaksi keuangan secara non tunai[19]

Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, yang pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan mampu meminimalisir kendala dalam pembayaran tunai, seperti uang tidak diterima karena lusuh /sobek /tidak layak edar dan meningkatkan efisiensi saat transaksi di mana masyarakat tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar. Dengan demikian, dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau human esror. Pada gilirannya GNNT akan dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*. Seiring dengan upaya meningkatkan GNNT, BI menyadari bahwa sistem pembayaran perlu beradaptasi dengan hadirnya teknologi digital. Untuk itu, BI telah menerbitkan blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang salah satu visinya mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi-keuangan digital, baik melalui *open-banking* maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.

[19] Astri Kharina, "Menjelajahi Mobile Commerce", Premium Connection, Edisi 13 2008: hlm.29.

Peningkatan efisiensi, kemudahan, dan inklusivitas yang didorong oleh integrasi ekonomi dan keuangan digital diharapkan akan berkontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi yang kuat, seimbang, inklusif, dan berkelanjutan. Upaya BI dalam mendorong integrasi ekonomi dan keuangan digital dilakukan melalui kebijakan dan program elektronifikasi yang mencakup elektronifikasi transaksi pemerintah daerah (Pemda), elektronifikasi bantuan sosial, dan elektronifikasi transportasi. Program ini diharapkan akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan keuangan inklusif, kesehatan fiskal, dan efisiensi ekonomi. Perubahan penggunaan instrumen dari tunai menjadi non tunai memiliki banyak keuntungan yaitu efisiensi dalam cash handling, lebih praktis, akses lebih luas, transparansi transaksi, dan identifikasi perencanaan ekonomi yang lebih akurat.[20]

Menurut Ricardus Eko Indrajit, Ketua *Organizing Committee Apconex* 2008, ada beberapa alasan mengapa *cashless society* perlu untuk diterapkan:[21]

a) Berkaitan dengan daya saing. Soalnya, dengan *cashless society*, proses yang terkait dengan sistem keuangan dapat jauh lebih cepat. Artinya, dengan tidak membawa uang

[20] www.bi.go.id

[21] Ahmad Khobidu, Skripsi: Peran Bank Umum Syariah Dalam Membangun Less Cash Society, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), Hal.22.

tunai, keamanan menjadi lebih bagus dan prosesnya dari satu negara ke negara lain lebih cepat.

b) Mencetak uang kartal memerlukan biaya sangat mahal. Padahal, jumlah transaksi micro-payment sangat banyak.

c) Bank tidak hanya sebagai agen untuk menyimpan uang, tapi juga sarana bertransaksi. Volume transaksi perbankan ini tinggi dan jumlahnya juga besar.

d) Tren global sekarang cenderung mengarah ke *cashless society*. Misalnya, *World Trade Organization* (WTO) mengharuskan para anggotanya menuju ke *e-commerce*.

e) Konvergensi bank dan lembaga keuangan dengan industri lain. Jadi, kalau kita lihat, yang mengalir saat ini bukan uang dalam bentuk fisik lagi, tapi informasi mengenai uang itu sendiri.

c. Indikator Penggunaan *Cashless*

Adapun indikator penggunaan *cashless society* adalah sebagai berikut:[22]

a) Lebih higienis

uang adalah salah satu barang yang dapat dengan mudah berpindah tangan secara cepat. Tidak heran jika terdapat banyak bakteri dalam setiap lembar dan koin uang yang tentu saja ini tidak baik untuk kesehatan. Oleh karena itu, seseorang yang habis memegang uang sangat

[22] sikapiuangmu.ojk.go.id

dianjurkan untuk mencuci tangan dengan sabun atau gunakan *hand sanitizer* jika di tempat umum agar terhindar dari bakteri jahat yang menempel. Dengan pembayaran secara *cashless*, dapat mengurangi kontak dengan uang secara langsung dan menggunakan alat pembayaran *digital*, sehingga mengurangi risiko terkena bakteri.

b) Praktis dibawa kemana saja

kartu debit, uang elektronik, atau dompet *digital* dari *smartphone* dapat digunakan untuk bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Belum lagi ketika membayar pakai uang tunai, hal ini dapat menghindari pemberian uang kembalian yang menyulitkan penyimpanan didompet. Kartu-kartu tersebut tidak memakan ruang didalam tas sehingga sangat peraktis.

c) Mudah bertransaksi apapun dan kapanpun

Dalam kondisi apapun dengan memiliki dompet digital pada *smartphon* atau mengakses *mobile banking*, aktivitas transaksi dapat di lakukan secara online darimana saja. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi siapapun melakukan pembelian barang atau jasa apapun dan dimanapun.

d) Aman dari pencurian

Saat ini banyak tindak kejahatan salah satu hal yang memberikan resiko terjadinya tingkat kejahatan adalah pencurian uang, hal tersebut dapat diantisipasi dengan tidak menyimpan uang didalam tas atau dompet, sehingga penggunaan kartu debit untuk kemudahan bertransaksi agar tidak perlu membawa uang *cash* atau uang yang banyak saat kita bepergian.

e) Transaksi lebih mudah dikontrol

Bertransaksi menjadi mudah dan tidak perlu mencatat secara rinci karena sistem pembayaran baik debit untuk memberikan ditail lengkap tentang transaksi, hal ini akan mempermudah dalam membuat atau menghitung kondisi keuangan.

f) Banyak promo menarik

Terdapat promo yang menarik ketika menggunakan dompet *digital* atau kartu *e-money*, penawaran-penawaran tersebut dapat berupa *discount, cashback.* Bahkan dibeberapa tempat makan atau belanja menyediakan tanpa pembayaran non tunai sehingga dapat membuat benja menjadi lebih hemat. Pembayaran *cahless* memiliki banyak keuntungan bagi penggunanya.

Pembayaran *cashless* memang banyak memiliki kelebihan dan keuntungan bagi para penggunanya. Namun

jika kemudahan yang ditawarkan itu dapat menjadi *boomerang*. Karna menariknya penawaran promo tersebut sehingga keuangan tidak terkontrol. Sehingga barang yang dibeli bukan karana kebutuhan berdasarkan keinginan.

3. *E-money*

a. Pengertian *E-money*

Pengertian *e-money* mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh *Bank For International Settlement* (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan oktober 1996. Dalam publikasi tersebut *e-money* didefinisikan sebagai *"stored-value or prepaid products in which arecord of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession possession"* (produk *stored-value* atau *prepaid*).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakan untuk pembayaran. Disamping itu *e-money* yang dimaksudkan disini berbeda dengan "s*ingle-purpose prepaid card"* lainnya seperti kartu telepon, sebab e-money yang dimaksud di sini dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran *(multi-purposed).*

E-money yang dimaksud disini juga berbeda dengan alat pembayaran elektronis berbasis kartu lainnya seperti kartu

kredit dan kartu debit. Kartu kredit dan kartu debit bukan merupakan *"prepaid products"* melainkan "*access product"* adalah sebagai berikut :

a) *Prepaid product (E-money)*

1. Nilai uang telah tercatat dalam instrumen e-money, atau sering disebut dengan *stored value.*
2. Dana yang tercatat dalam *e-money* sepenuhnya berada dalam penguasaan konsumen.
3. Pada saat transaksi, perpindahan dana dalam bentuk *electronic value* dari kartu *e-money* milik konsumen kepada terminal *merchant* dapat dilakukan secara offline. Dalam hal ini verifikasi cukup dilakukan pada level *merchant (point of sale),* tanpa harus online ke komputer issuer.

a) *Access Product* (kartu debit dan kartu kredit)

1. Tidak ada pencatatan dana pada instrumen kartu.
2. Dana sepenuhnya berada dalam pengelolaan bank, sepanjang belum ada otorisasi dari nasabah untuk melakukan pembayaran.
3. Pada saat transaksi, instrumen kartu digunakan untuk melakukan akses secara online ke komputer issuer untuk mendapatkan otorisasi melakukan pembayaran atas beban rekening nasabah, baik berupa rekening simpanan (kartu debit) maupun rekening pinjaman

(kartu kredit). Setelah diotorisasi oleh *issuer*, rekening nasabah kemudian akan langsung di debet. Dengan demikian pembayaran dengan menggunakan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit dan kartu debit mensyaratkan adanya komunikasi online ke komputer *Issuer.*[23]

b. Jenis dan Batas Uang Elektronik

Seperti yang telah tertera dalam peraturan bank indonesia No 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loof* dan *open loof.*

a) *Closed loof*, yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
b) *Open loof*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Dalam hal ini, sebagaimana yang dimaksud dari pernyataan diatas, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna.

[23] Siti hidayati, Dkk, *operasional e-money*, (Bank Indonesia, 2006), Hal.4 .

a) Media penyimpanan nilai uang elektronik yang berupa :

1. *Server based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa *server* yang dimana nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Seperti T-cash, rekening ponsel, gopai, ovo, dana, shopeepay dan sebagainya.
2. *Chip based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa *chip* yang dimana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. Hal ini mendukung kemungkinan transaksi dilakukan secara *offline* dan uang elektronik berbasis kartu seperti halnya TapCash BNI, Flazz BCA, BRIZZI, Mandiri *E-money* Bank Mandiri, JakCard Bank DKI, dan sebagainya.

b) Pencatatan data identitas pengguna uang elektronik yang berupa :

a. *Unregistered*, yakni uang elektronik yang data identitas penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbitnya. Dalam hal ini, batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media *chip* atau *server* untuk jenis *unregistered* adalah Rp 1.000.000.00 (satu juta rupiah).

b. *Registered,* yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya terdaftar dan tercatat pada penerbit. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik *registered.* Adapun batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media *chip* atau *server untuk* jenis *registered* adalah Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah).[24]

c. Kelemahan dan Kelebihan *E-money*

b) Kelemahan E-Money

Adapun kelemahan *e-Money* adalah sebagai berikut:[25]

1) Masyarakat diluar pulau jawa masih banyak yang tidak memahami bahkan belum mengenal tentang uang elektronik untuk itu perlunya sosialisasi secara berkala guna mempublikasikan penggunaan uang elektronik
2) Apabila uang elektronik ini hilang maka siapapun dapat menggunakannya untuk bertransaksi di mana saja.
3) Apabila kartu eror yang menyebabkan kegagalan pada system, berarti harus diganti dengan kartu yang baru,

[24] Rda Nur Afiyah, "*pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa",* skripsi (UIN Syarif Hidayatullah jakarta,2020), Hal.21-22.

[25] Firmansyah dan Ihsan Dacholfany. "*Uang Elektronik dalam Perspektif Islam".* (Lampung:CV.Iqro,2018).

namun saldo yang ada dapat dipindahkan pada kartu yang baru.

4) Tidak bisa 100% menghilangkan uang cash fisik.

b) Kelebihan *E-Money*.

Adapun kelebihan *E-Money* adalah sebagai berikut:

a. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.
b. Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat padagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (receh).
c. Sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, tol, *fast food*, dll.

d. **Indikator *E-money***

Adapun indikator *e-money* adalah sebagai berikut:[26]

a) Manfaat dan keuntungan

Manfaat penggunaan teknologi informasi didapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut

[26] Luh Gede Kusuma dewi dkk, Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.5, No.1, Maret 2021, hal. 6-7

akan memberikan dampak positif atau keuntungan dalam pekerjaannya.

b) Kemudahan dalam penggunaan

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan electronic money. Kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi informasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan.

c) Kepercayaan

Uang elektronik merupakan sebuah produk yang cukup baru di masyarakat, oleh karena itu kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaannya. Pihak penerbit harus mengutamakan kepuasan pelanggan agar dapat membuat masyarakat percaya dengan produk electronic money yang diterbitkannya.

lembaga keuangan syariah yang mencakup aspek transaksi, mekanisme, akad, dan manajerial dari produk. Dari aspek transaksi karna bank tidak melakukan pembatasan atau kontrol terhadap barang yang dijual oleh *merchant* yang bekerjasama dengan bank sehingga dikhawatirkan dapat digunakan untuk membeli barang barang non halal. akad dalam operasional produk yang menimbukan ketidakjelasan (gharar) dalam kontrak berdasarkan prinsip Akad

Syariah.

Sedangkan pada Aspek Manajerial dan pada Aspek Alur Transaksi tidak terdapat masalah kesyariahan, karena manajerial produk ini terpisah dari bank penerbitnya yang merupakan bank konvensional, Bank Syariah Mandiri menggunakan produk giro Bank Syariah Mandiri dalam menyimpan dana, dan nominal yang terdapat dalam kartu tidak diberikan tambahan berupa bunga bank (interest) serta dana yang tersimpan di Bank Mandiri dalam bentuk giro tidak dapat dimanfaatkan Bank Mandiri untuk kepentingan bisnisnya.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahuluyang berhubungan dengan judul yang diangkat oleh peneliti.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Laila Ramadhani (Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang 2016)[27]	Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*E-money)* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa.	Penggunaan kartu kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap

[27] Laila Ramadani, *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik atau E-money Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa,* Jurnal JSEP, Vol.8, NO.1, Maret 2016, Hal.7.

			pengeluaran konsumsi mahasiswa, Penggunaan uang elektronik atau *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran mahasiswa.
2.	Dwi Rorin Maunudin Insana dan Ria Susanti Johan, (Jurnal, Universitas Indraprasta PGRI Jakarta, 2020).[28]	Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3.	Rofiqo Daliyah dan Finisica Dwijaya Patrikkha, (Jurnal, Universitas Negeri Surabaya, 2020).[29]	Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi *E-money* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.	Hasil penelitian perilaku konsumsi mahasiswa dalam melakukan transaksi melalui aplikasi *e-money* bahwa setiap mahasiswa

[28] Dwi Rorin Maunudin Insana dan Ria Susanti Johan, *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI*, JABE, Vol.7. No.2, Desember 2020, Hal.209

[29] Rofiqo Daliyah dan Finisica Dwijaya Patrikkha,*Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya,* Vol.8 No.3 2020, Hal.952.

			mempunyai perilaku konsumsi yang berbeda-beda dalam setiap melakukan transaksi
4.	Luh Gede Kusuma Dewi, Nyonya Trisna Herawati dan I Made Pradana Adiputra, (Jurnal, universitas Pendidikan Ganesha 2021).[30]	Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri.	Hasil penelitian ini kontrol diri berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai koefisien negatif menunjukkan arah yang berlawanan, dengan makna semakin baik kontrol diri seseorang maka perilaku konsumtifnya akan semakin berkurang.
5.	Made Adhiya Wikannanda dkk. (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial, UIN Jakarta 2019).[31]	Pengaruh Fenomena *Cashless Society* Terhadap Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa.	fenomena *Cashless Society* secara signifikan mempengaruhi gaya hidup mahasiswa

[30] Luh Gede Kusuma Dewi, Nyonya Trisna Herawati dan I Made Pradana Adiputra, *Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri*, vol.5, No.1, Maret 2021, Hal.16.

[31] Made Adhiya Wikannanda dkk,"Pengaruh Fenomena Cashless Society Terhadap Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa*," Jurnal Edikasi IPS*, Volume. 3. No.2, September 2019, Hlm. 10.

			dalam menggunakan aplikasi Go-Pay. Hal tersebut ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 29.850 + 0,0670x terdapat hubungan positif dan liniear secara signifikan yang berarti semakin positif pengaruh fenomena Cashless Society semakin tinggi berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa.
6.	Ahmad Khobidu, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2011).[32]	Peran Bank Umum Syariah Dalam Membangun *Cashlass Society*	Hasil penelitian Peran Bank Umum Syariah dalam membangun cashless society sepanjang tahun 2010 mengalami

[32] Ahmad Khobidu, Skripsi: *Peran Bank Umum Syariah Dalam Membangun Less Cash Society*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), Hal.84.

			pertumbuhan yang signifikan, yakni sebesar 68,12%, dan pertumbuhan nilai transaksi ini ternyata lebih tinggi daripada Bank Umum Konvensional yang hanya sebesar 45%.

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu diatas memiliki persamaan dan perbedaan, diantaranya sebagai berikut :

1) Penelitian yang dilakukan oleh Lila ramadahani adalah penelitian kuantitatif yang berjudul pengaruh pegguna kartu debit dan uang elektronik (*E*-money) terhadap pengeluaran konsumtif mahasiswa, guna penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pegguna kartu debit dan uang elektronik (*E*-money) berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumtif mahasiswa dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Lila ramadahani adalah sama-sama meneliti tentang uang elektronik (*E-money*).
2) Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin Maunudin Insana adalah penelitian kualitatif yang berjudul analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas indraprasta PGRI, guna penelitian ini adalah

untuk mengetahui bagaimana pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Dwi Rorin Maunudin Insana adalah sama-sama meneliti tentang uang elektronik (*E-money*).

3) Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqoh Daliyah adalah penelitian kualitatif yang berjudul analisis perilaku konsumen pengguna aplikasi *E-money* pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negreri surabaya, guna penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam melakukan transaksi melalui aplikasi *E-money* dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Rofiqoh Daliyah adalah sama-sama meneliti tentang uang elektronik (*E-money*).
4) Penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi adalah penelitian kuantitatif yang berjudul pengguna *E-money* terhadap prilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri guna penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah hasil kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Luh Gede Kusuma sama-sama meneliti tentang *E-money*
5) Penelitian yang dilakukan oleh Made Adhitya adalah penelitian kuantitatif yang berjudul pengaruh fenomena *cashless society* terhadap gaya hidup di kalangan mahasiswa, guna penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah fenomena *cashless society* mempengaruhi gaya hidup mahasiswa dan persamaan penelitian ini

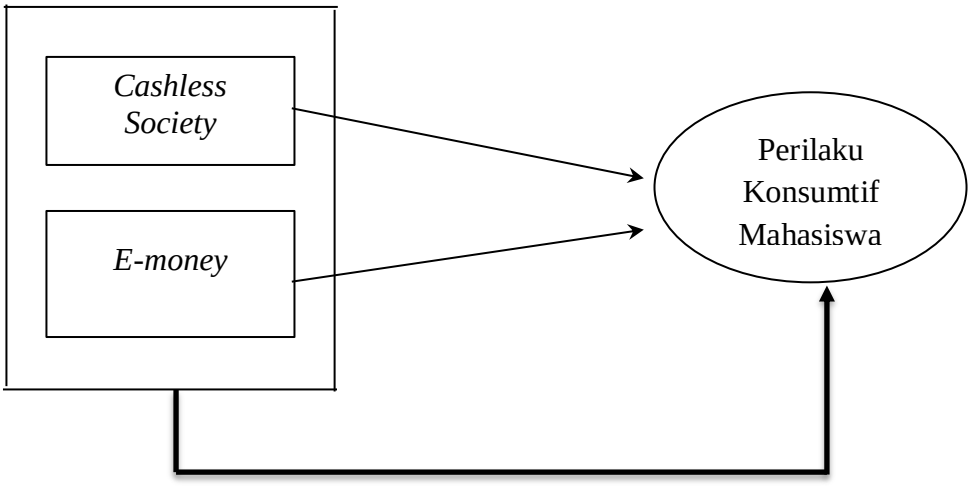
dengan penelitian Made Adhitya adalah sama-sama meneliti tentang fenomena *cashless society.*

6) Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Khobidu adalah penelitian kuantitatif yang berjudul peran bank umun syariah dalam membangun *less cash society*, guna penelitian ini adalah untuk mengetahui peran bank umun syariah dalam membangun *less cash society* dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Ahmad Khobidu adalah sama-sama meneliti tentang fenomena *cashless society.*

B. **Kerangka Pikir**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dan variabel independennya adalah pengaruh kualitas layanan. Maka berdasarkan pembahasan tersebut, kerangka pikir ini dapat disajikan pada gambar berikut:

Gambar I.1
Kerangka Pikir



keterangan:

⟶ : pengaruh secara parsial

⟹ : pengaruh secara simultan

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena kalimat jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah riset, belum jawaban yang empiris dengan pengumpulan data.[33]

[33] Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan bisnis,* (Bogor: Ghalia indonesia, 2017), Hal.182.

Berdasarkan pengamatan dan permasalahan diatas peneliti mengemukakan hipotesis yaitu:

H_{a1} : Terdapat pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan

H_{a2} :Terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan

H_{a3} : Terdapat pengaruh *cahsless siciety* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh *cahsless siciety* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Alamat JL.T Rizal Nurdin No.Km 4, RW.5, Sihitang, Kec.Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara 22733 dan waktu penelitian dimulai sejak bulan Februari 2022 sampai dengan Oktober 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Menurut kamus bahasa Indonesia, kuantitatif adalah berdasarkan jumlah atau banyaknya. Penelitian adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. jadi, penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.[34]

[34] Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan SPSS,* (Yogyakarta : Deepublish, 2019), Hal.3.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala,nilai, peristiwa, sikap, hidup, dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.[35] Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif 2018-2021 Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan dengan jumlah 815 mahasiswa.[36] Dengan data sebagai berikut :

Tabel III.1
Jumlah Populasi

No	Tahun	Jumlah Siswa
1	2018	282 Orang
2	2019	201 Orang
3	2020	181 Orang
4	2021	151 Orang
	Total	815 Orang

Sumber: Data Akademik Program Studi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan

b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling*. Jika meneliti sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi, disebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian dari jumlah

[35] Syofian Siregar, *Statistika Paramettrik untuk Penelitian Kuantitatif:* Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Hal. 16.

[36] *Data Akademik Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.*

dankarakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[37] Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Sampling* (*accidental sampling),* yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan Yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dia termasuk mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI 2018-2021 UIN SYAHADA Padangsidimpuan dan minat menggunakan pembayaran digital dapat digunakan sebagai sampel.

Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, Berdasarkan dengan ketentuan peneliti di batasan masalah mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI yang menjadi minat menggunakan pembayaran digital.

Dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu prinsip ketidak sengajaan dengan kriteria yang menggunakan uang elektronik baik berjenis *server based* (T-Cash, Rekening Ponsel, Go Pay, OVO, Dana, *Shopeepay*, dan sebagainya) [38] Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi 10% maka sampel pada penelitian ini adalah: [39]

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

Dimana:

[37]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: CV. Alfabeta, 2019), hlm. 116.

[38] Muliana Dinda Sari, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Pada Perilaku Pengguna *Financial Technology* (*Fintech*) Di Kota Bandar Lampung" (Skripsi, IIBD Bandar Lampung, 2019).

[39]Glenn DIsrael, "Determining Sample Size," *IFAS EXTENSION UNIVERSITY OF FLORIDA,* hlm.4,

n : Jumlah Anggota Sampel

N: Jumlah Anggota Populasi

e : presisi (berdasarkan a yang diinginkan)

Dengan menggunakan perhitungan di atas maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{815}{1 + 815(0.1)^2}$$

$$n = \frac{815}{1 + 815.0{,}01}$$

$$n = \frac{815}{1 + 8{,}15}$$

$$n = \frac{815}{9{,}15}$$

n = 89,071

Berdasarkan perhitungan data dengan jumlah populasi 815 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumla 89,071 namun karena subjeknya bukan bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 89 responden. Jadi jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 89 sampel.

D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder, merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh peneliti sendiri untuk tujuan yang lain. Ini mengandung arti bahwa peneliti sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data

tersebut (kadang sudah berbentuk informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan peneliti hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi oleh riset yang akan dijalankan oleh peneliti.[40]

Data yang dikumpulkan melalui data primer berupa pembagian angket oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah:

1. Kuesioner

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang dapat diharapkan dari responden.[41]

[40]Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta : Gramedia, 2010), Hal.38.

[41] Nur Aswawi dan Masyhuri, metodologi riset manajemen pemasaran, (UIN-Malang: UIN-Malang Press, 2009), Hal. 194

Tabel III.2
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Nilai
SS	5
S	4
KS	3
TS	2
STS	1

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Studi Pustaka

Yaitu mempelajari buku-buku literatur dan bacaan lain yang dapat membantu untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, peneliti mencari data dari buku-buku teks, artikel-artikel dan sumber media cetak maupun elektronik yang berkaitan dengan tema dalam skripsi ini.

F. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Reliabelitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat kevalidan atau kesahihan instrument yang digunakan dalam penelitian (instrumet pengumpulan data). Yang bertujuan

menilai apakah seperangkat alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dengan apa yang seharusnya diukur dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ Maka instrumen dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ Maka dinyatakan tidak valid.[42]

b. Uji Reliabelitas

Realibilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstuk-konstruk prtanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun uji realibilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliable. Kriteria uji realibilitas dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0{,}60$.[43]

G. Teknik Analisis Data

Dalam suatu penelitian teknik analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian termasuk menganalisis alat-alat statistik yang relevan digunakan dalam

[42] Muhamad Yunus and Lukman Daris, *Analisis data penelitian* (Bogor: IPB Press, 2018), hlm. 50-51.

[43] Surajio, *Penelitian Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 72.

penelitian tersebut. Apabila data sudah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka kemudian akan dilakukan analisis atau pengolahan data.

1. Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear.Uji ini biasa digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,1. Dengan kata lain, uji linearitas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.[44]

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Jadi uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya. Metode yang diigunakan untuk menguji normalitas yakni dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* > 0,01 maka variabel x tersebut memiliki hubungan linear dengan y.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang

[44] Herlambang Rahmadhani, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2019.

diikut sertakan dalam pembentukan regresi linear.[45] Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi didapatkan adanya korelasi antar variabel independen.Jika terdapat ataupun terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas.Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya gejala multikoliearitas dilihat dengan nilai (VIF) dan *tolerance* dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.[46]

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitasyaitu adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.[47] Pada penelitian ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual.

Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

[45]Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: Lpu-Unas, 2017), hlm. 108.

[46]Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 119.

[47]Nawari, *Analisis Regresi*(Jakarta: Gramedia, 2010), hlm. 227.

1. Jika nilai signifikansi > 0,1 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika nilai signifikansi < 0,1 maka data terjadi heteroskedastisitas.[48]

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode analisis yang tepat manakalah masalah riset meliputi Satu variabel dependen kontinu beserta dua atau lebih variabel independen kontinu.[49] Caranya adalah dengan memprediksi perubahan variabel dependen melalui perubahan variabel-variabel independen.Aturan yang dipakai adalah jumlah kuadrat terkecil. Persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah dengan variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif dan variabel independen adalah *cashlass society* dan *e-money*. Maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:[50]

$\hat{Y} = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$

Dimana :

$\hat{Y}$: Variabel dependen (Perilaku Konsumtif Mahasiswa

a : Koefisien Konstanta

b_1, b_2, : Koefisien regresi variabel independen

X_1 : *Cashless Society*

[48]Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 108.

[49]Johan Harlan, *Analisis Regresi Linear* (Depok: Gunadarma, 2018), hlm. 13.

[50] Suyono, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 2-3.

X_2 : *E-money*

e : *Error*

Sedangkan bentuk persamaan regresi linear berganda yang saya sesuaikan dengan judul pada variabel skripsi saya yaitu :

PKM : $\alpha + \beta_1 \text{CS} + \beta_2 \text{EM} + \text{e}$

Keterangan :

PKM : Perilaku Konsumtif Mahasiswa

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2,$: koefisien regresi variabel independen

CS : *Cashlass Society*

EM : *E-money*

e : *error*

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh perusahan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinan menggambarkan bagian dari variabel total yang dapat diterangkan oleh modal. Jika nilai determinasi semakin besar atau mendekati 1 maka ketetapannya semakin membaik, begitu juga sebaliknya, jika nilai determinasi semakin kecil bahkan semakin jauh 1 maka ketetapannya semakin jauh.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk pengujian variabel-variabel independen secara parsial (individu), yang digunakan untuk mengetahui signifikasi dan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variasi independent lainnya.[51] Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen.Maka digunakan tingkat signifikansi 0.1 setelah t_{hitung} diperoleh. Ketentuan dalam uji t adalah:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.[52]

c. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji Simultan merupakan langkah yang harus dilewati sebelum memasuki uji t atau pengujian secara parsial. Uji simultan lebih dahulu dilalui. Pada dasarnya uji F akan menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen.[53] Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

[51]Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 24.

[52]Muhajir Nasir, *Statistik Pendidikan*,(Yogyakarta: Media Akademia, 2016), hlm. 85.

[53] Mudrajat Kuncoro, Op.Cit, hlm. 245.

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

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

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak[54]

[54]Muhajir Nasir, hlm. 156.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

B. Gambaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN 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 Perpres tersebut adalah lahirnya peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM, Amir Syamsudin pada lembaga Negara Republik Indonesia 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK), Fakultas Syariah dan Ilmu

Hukum (FASIH), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan satu Prodi Program Pasca Sarjana. IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora. FEBI merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab (tiga) fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan saat ini memiliki tiga jurusan yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf. Jurusan Perbankan Syariah telah ada sejak tahun 2010, Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2012, dan Jurusan Manajemen Zakat Wakaf pada tahun 2016.[55]

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam berbasis teoantropoekosentris *(Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah)* dan berperan aktif di tingkat internasional.

[55] Tim Penyusunan Buku Restra Akademik, Restra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019, (padadngsidimpuan: IAIN Padangsidimpua, 2019, hlm. 1

b. Misi

1) Menyelenggarakan pedidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis teoantropoekosentris.
2) Meningkatkan kualitas Penelitian di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis teoantropoekosentris.
3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis teoantropoekosentris.
4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.
5) Membangun Sistem Manajemen dengan Tata Kelola dan Budaya Mutu yang Baik Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi.[56]

3. Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain padangsidimpuan

Fakultas ekonomi dan bisnis islam memiliki 3 program studi yaitu program studi perbankan syariah, ekonomim islam dan manajemen keuangan. Dalam hal ini peneliti hanya membahas salah satu program studi yang ada di fakultas ekonomi dan bisnis islam program studi tersebut adalah perbankan syariah.

[56] Tim Penyusun Buku Renstra Akademik, *Renstra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019, hlm. 1.

a. Program Studi Perbankan Syariah

Program Studi Perbankan Syariah dipimpin oleh nofinawati M.A, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.[57]

1) Visi

Terwujud pusat pengembangan keilmuan dan keahlian di bidang Perbankan Syariah berbasis *teantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat internasional.

2) Misi

a) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu perbankan syariah yang Berbasis *Teoantropoekosentris.*

b) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu perbankan syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.

c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang perbankan syariah.

d) Membangun kerjasama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu perbankan syariah.

[57] Program Studi Perbankan Syariah, *ibid.*

B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Setelah melakukan penyebaran angket maka dapat diperoleh hasil jawaban responden dari setiap pernyataan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Dalam hal ini peneliti telah menyebarkan angket sebanyak 89 angket kepada 89 responden. Sebelum angket dianalisis, terlebih dahulu di uji validitas. Berikut hasil dari uji validitas masing-masing variabel, uji validitas variabel *Cashlass Society* sebagai berikut:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Variabel *Cashlass Society* (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,613	Instrumen valid, jikar_{hitung}dengan df= 88. Padatarafsignifikansi 10% sehingga diperolehr$_{tabel}$= 0,1755	Valid
Pernyataan 2	0,693		Valid
Pernyataan 3	0,630		Valid
Pernyataan 4	0,585		Valid
Pernyataan 5	0,510		Valid
Pernyataan 6	0,478		Valid

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel kepercayaan pada tabel IV.1 diatas menunjukkan bahwa angket mengenai variabel *Cashless Society* memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (88>0,1755). Maka berarti masing-masing item pernyataan dari variabel *Cashless Society* dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kemudahan sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Variabel *E-money* (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,668	Instrumen valid, jikar_{hitung}dengan df= 88. Padatarafsignifikansi 10% sehingga diperolehr$_{tabel}$= 0,1755	Valid
Pernyataan 2	0,611		Valid
Pernyataan 3	0,677		Valid
Pernyataan 4	0,507		Valid
Pernyataan 5	0,544		Valid
Pernyataan 6	0,451		Valid

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel *E-money* pada tabel IV.2 diatas menunjukkan bahwa angket mengenai variabel kepercayaan memiliki $r_{hitung}>r_{tabel}$ (88>0,7755). Maka berarti masing-masing item pernyataan dari variabel *E-money* dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kemudahan sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,468	Instrumen valid, jikar_{hitung}dengan df= 88 Padatarafsignifikansi 10% sehingga diperolehr$_{tabel}$= 0,1755	Valid
Pernyataan 2	0,626		Valid
Pernyataan 3	0,646		Valid
Pernyataan 4	0,591		Valid
Pernyataan 5	0,687		Valid
Pernyataan 6	0,632		Valid

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel Perilaku Konsumtif pada tabel IV.3 diatas menunjukkan bahwa veriabel Perilaku Konsumtif nilai $r_{hitung}>r_{tabel}$ (88>0,1755). hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dari variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas variabel *Cashlass Society, E-money* dan Perilaku Konsumtif pada tabel berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha***	***N of Item***
Cashless Societi (X_1)	0,621	6
e- money (X_2)	0,603	6
Perilaku Konsumtif (Y)	0,661	6

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variable *cashless society* (X_1) diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,621>0,6 sehingga variabel kepercayaan dinyatakan riabel dan dapat diterima, variabel *E-money* (X_2) *cronbach's alpha* 0,603>0,6 Selanjutnya variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) *cronbach's alpha* 0,661>0,6 sehingga variabel keputusan berdonasi *online* dinyatakan riabel dan dapat diterima.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Normalitas *Kolmogrof-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82461388
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,049
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji normalitas pada tabel IV.5 diatas menunjukkan bahwa nilai Sig, adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,1 (0,200>0,1). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000		
	Cashless society(X_1)	,328	,092	,347	3,574	,001	,999	1,001
	e-money (X_2)	,230	,096	,233	2,399	,019	,999	1,001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)								

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.6 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel *Cashless Society* (X_1) adalah 0,999, nilai *tolerance* untuk variabel *E-money* (X_2) adalah 0,999. Sehingga dapat disimpulakan bahwa nilai *tolerance* dari dua variabel tersebut >0,10. Nilai VIF untuk variabel *Cashless Society* (X_1) adalah 1,001, nilai VIF untuk variabel *E-money* (X_2) adalah1,001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel tersebut < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser* berikut hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,152	1,841		2,799	,006
	Cashlass Society (X_1)	-,055	0,050	-,116	-1,102	,274
	e-money(X_2)	-,086	0,052	-,173	-1,653	,102
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV.7 menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *Cashless Society* 0,274>0,1. Pada variabel *e-money* nilai signifikannya adalah 0.102>0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa dua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423[a]	,179	,160	1,84547
a. Predictors: (Constant), *E-money* (X_2), *Casshlass Society* (X_1)				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel IV.8 diperoleh (*Adjusted R Scuare*) sebesar 0,179 (17,9%) artinya variabel *Cashlass Society* dan *E-money* mampu menjelaskan variabel dependen atau Perilaku Konsumtif sebesar 17,9%. Sedangkan 82,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000
	Cashless Socie (X_1)	,328	,092	,347	3,574	,001
	E-money (X_2)	,230	,096	,233	2,399	,019
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)						

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 26 (data diolah)

Nilai t_{tabel} yang diperoleh dan rumus df = n-k-1 atau df = 89-2-1 = 86. Dengan pengujian dua sisi (signifikasi 0,1) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,76.

Berdasarkan hasil uji signifikasi parsial pada tabel IV.9 dapat dilihat bahwa pada variabel *Cashless Societi* memiliki nilai t_{tabel} sebesar 3,574 nilai r_{tabel} sebesar 2,76. Sehingga t_{hitung} (3,574) > r_{tabel} (2,76) maka H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *Cashlas Society* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Pada variabel *E-money* nilai t_{hitung} sebesar 2,399, nilai r_{tabel} sebesar 2,76. Sehingga t_{hitung}(2,399)>r_{tabel} (2,76) maka H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

3. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Adapun hasil uji signifikan simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10
Uji Sinifikan Simultan (F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,600	2	32,300	9,484	.000[b]
	Residual	296,300	86	3,406		
	Total	360,900	88			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)						
b. Predictors: (Constant), *E-money*(X_2), *Cashlass Society*(X_1)						

Sumber: Hasil*output* SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan (F) pada tabel IV.10 diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 9,484 sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh dari rumus df = n-k-1 atau df = 89-2-1= 86 yaitu sebesar 2,76 dimana F_{hiung}(9,484)>F_{tabel}(2,76) artinya H_{a3} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *cashless Society*

dan *E-money* secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan dan religiusitas terhadap variabel keputusan berdonasi *online*. Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000
	Cashless soci (X1)	,328	,092	,347	3,574	,001
	e-money(X2)	,230	,096	,233	2,399	,019
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa(Y)						

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 26 (data diolah)

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.11 diatas dapat dilihat bahwa kolom *unstandardized coefitionts* bagian kolom B, maka persamaan garis analisis linear berganda dalam penelitian ini adalah:

PKM = 12,561+ 0,328CS + 0,230EM

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) adalah 12,561 menyatakan bahwa variabel *Cashless Society* dan *e-money* diasumsikan 0 maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa nilainya sebesar 12,561 satuan.

b. Nilai koefisien regresi variabel *E-money* bernilai positif sebesar 0,328 artinya apabila variabel *Cashlass Society* naik sebesar 1 satuan, maka variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa akan naik juga sebesar 0,328

c. Nilai koefisien regresi variabel *E-money* bernilai positif sebesar 0,230 artinya apabila variabel kemudahan naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu keputusan berdonasi *online* akan naik juga sebesar 0,230.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Cashlass Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Cashless society adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Terdapat pengaruh *Cashlass Society* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan teori yang dikemukakan oleh Firman Katon dan Ulfa Yuniati *Cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan

uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital.[58]

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa variabel *Cashless Society* secara signifikan mempengaruhi gaya hidup mahasiswa.[59] Kesimpulannya, variabel *Cashlass Society* berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa.

2. Pengaruh *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

E-money adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.[60] Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh *e-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa variabel penggunaan uang elektronik *(e-money)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa.[61] Selain itu penelitian lainnya juga menyatakan bahwa variabel penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dari mahasiswa.[62]

---

[58] Firman Katon dan Ulfa Yuniati "*Fenomena Cashlass Society Dalam Pandemi Covid-19"* Dalam Jurnal Signal, Vol 8, No.2, Tahun 2020, Hal. 134,

[59] Made Adhiya Wikannanda Desy Safitri dan Saipiatuddin, *Pengaruh Fenomena Cashlass Society Terhadap Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa*, Jurnal Edukasi Ips, Vol.3 No.2, September 2019,

[60] Luh Gede Kusuma dewi dkk, *Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.5, No.1, Maret 2021,

[61] Laila Ramadani "*Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa",* Jurnal :JESP Vol.8, No.1, Maret 2016

[62] Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan, *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.* Journal : *of Applied Business and Economics* Vol. 7 No. 2, December 2020

Kesimpulannya, variabel *E-money* berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa.

3. Pengaruh *Cashlass Society* dan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

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

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

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

Hasil riset ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya. Seperti penelitian dari Ulayya dan Mujiasih yang menujuk-kan semakin tinggi

penggunaan *e-money* maka perilaku konsumtifnya juga semakin tinggi.[63]

F. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang memungkinkan dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi berupa jurnal ilmiah dan buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori telaah pustakanya.
2. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pertnyataan yang diberikan, yang dapat memengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Dalam kegiatan wawancara peneliti kesulitan mendapatkan waktu untuk mewawancarai tenaga pengajar.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

[63] Luh Gede Kusuma Dewi dan nyonya trisna herawati I made Pradana Adiputra, *"Penggunaan e-money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol diri",* Jurnal : Ekonomi Dan Keuangan, Vol.5, No.1 2021, Hal.6

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berbagai pengujian telah terlakana dan hasil penelitian telah diperoleh. Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai Pengaruh *Cashless Society* dan *E-money*, sehingga kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh *Cashlass Society* terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan temuan hasil penelitian $t_{hitung} > r_{tabel}$ (3,574>2,76) sehingga Ha1 diterima.
2. Terdapat pengaruh *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan temuan hasil penelitian $t_{hitung} > r_{tabel}$ (2,399>2,76) maka H_{a2} diterima.
3. Terdapat pengaruh *cahsless siciety* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan temuan hasil penelitian sebesar 2,76 dimana $F_{hiung} > F_{tabel}$ (9,484>2,76) artinya H_{a3} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel *cashless Society* dan *E-money* secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukan terdapat pengguna *cashless society* dan *e-money* tentunya dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara online khususnya mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam

2. Bagi pihak UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi terutama untuk mahasiswa/i yang meneliti tentang pengaruh *cashlass society* dan *e-money*, sehingga peneliti selanjutnya dapat meneliti tentang pengaruh cashless society dan *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Mannan.1997. *Teori dan Praktek Ekonomi* Islam. Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa.

Adji dkk. 2007. *Ekonomi Islam.* jakarta : Erlangga.

Ahmad Khobidu. 2019. Skripsi: Peran Bank Umum Syariah Dalam Membangun Less Cash Society. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Ahmad Khobidu, Skripsi: *Peran Bank Umum Syariah Dalam Membangun Less Cash Society*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), Hal.84.

Astri Kharina. 2008. "Menjelajahi Mobile Commerce". Premium Connection, Edisi 13.

Ce Gunawan. 2020. *Mahir Menguasai SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.

Chandra Kurniawan. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa,* Jurnal Media Wahana Ekonomi UPGRI Palembang, Vol.13, No.4.

Dameis Surya Anggara dan Saiful Anwar. 2017. *Modul Statistika Pendidikan*. Tangerang Selatan: Unpam Press.

Data Akademik Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.

Duwi Priyatno. 2014. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis,* (Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Dwi Rorin Maunudin Insana dan Ria Susanti Johan. 2020. *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI,* JABE, Vol.7. No.2.

Eko Supra Yitno *Ekonomi Mikro Perspektif Islam,* Malang: UIN Malang, 2008.

Fikriah. 2009. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial. Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis,* Bandung : Alfabeta.

Firman katon dan UlfaYuniati. 2020. "Fenomena Cashless Society dalam epidemi Covid-19", dalam *jurnal signal*, Volume 8, No.2.

Firmansyah dan Ihsan Dacholfany. 2018. "*Uang Elektronik dalam Perspektif Islam"*. Lampung: CV.Iqro.

Herlambang Rahmadhani. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Istijanto. 2010. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran,* Jakarta : Gramedia.

Johan Harlan. 2018. *Analisis Regresi Linear*. Depok: Gunadarma.

Kumba Digdowiseiso. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lpu-Unas.

Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Wardani. 2021. *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jawa Tengah : PT. Nasya Expanding Managemen.

Laila Ramadani. 2016. *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik atau E-money Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.* Jurnal JSEP.

Luh Gede Kusuma Dewi. 2021. *Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Di Mediasi Kontrol Diri*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.

Made Adhiya Wikannanda dkk. *"Pengaruh Fenomena Cashless Society Terhadap Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa".* Jurnal Edikasi IPS.

Mardani. 2014. *Ayat-Ayat dan Hadits Ekonomi Syariah* Jakarta: Rajawali.

Mudrajat Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.

Muhajir Nasir. 2016. *Statistik Pendidikan*, Yogyakarta: Media Akademia.

Nawari. 2010. *Analisis Regresi*. Jakarta: Gramedia.

Puspita Nilawati Sipunga & Amri Hanna Muhammad. 2014. *kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesantrian 2 Semarang.* Journal: of social and industrial Psychology

quran.kemenag.go.id

Rda Nur Afiyah. 2020. "*pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa".* Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah jakarta

Rofiqo Daliyah dan Finisica Dwijaya Patrikkha. 2020. *Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.*

Saban Echdar. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan bisnis.* Bogor: Ghalia indonesia.

Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta. 2020. *"Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial".* Jurnal: Ikon.

sikapiuangmu.ojk.go.id

Siti hidayati, Dkk. 2006. *operasional e-money*, Bank Indonesia.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis,(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* Bandung: CV. Alfabeta.

Sukarno Wibowo & Dedi supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Isla.* Bandung: Puspita Setia.

Supriadi. 2018. *konsep harga dalam Ekonomi Islam.* Jakarta : Guepedia.

Suyono. 2018. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Deepublish.

Syofian Siregar. 2013. *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif:* Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi.

Syofian Siregar. 2013. *Statistika Paramettrik untuk Penelitian Kuantitatif:* Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Aksara.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Windi Widiya Dharma
Nama Panggilan	: Windi
Nim	: 1740100293
Tempat, Tanggal Lahir	: Tabuyung, 20 Juni 1999
Agama	: Islam
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat Lengkap	: Desa Tabuyung, Kecamatan Muara Batang Gadis, Ka bupaten Mandailing Natal.
Telepon ,Hp	: 085762708849
Kewarganegaraan	: Indonesia

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Yusuf Adi Dharma
Pekerjaan	: Wirausaha
Nama Ibu	: Resmi Wati
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 392 Tabuyung
2. SMP Negeri 6 Muara Batang Gadis
3. SMK Kampus Padangsidimpuan

MOTO HIDUP

Belajar Untuk lebih Mensyukuri Keadaan Sekalipun Itu Tidak Sesuai Dengan Apa Yang Kita Harapkan

LEMBAR VALIDASI ANGKET

ANGKET *CASHLESS SOCIETY*

Petunjuk:

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

indikator	No.Soal	V	VR	TV
higienis	1	✓		
Praktis	2	✓		
Mudah	3	✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2022

Rodame Monitorir Napitupulu M.M

NIP: 19841130 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI ANGKET

ANGKET *E-MONEY*

Petunjuk:

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

indikator	No.Soal	V	VR	TV
Manfaat	1	✓		
Keuntungan	2	✓		
Kepercayaan	3	✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2022

Rodame Monitorir Napitupulu M.M

NIP: 19841130 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI ANGKET

ANGKET PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Petunjuk:

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

Indicator	No.Soal	V	VR	TV
Membeli karena hadiahnya	1	✓		
Karena menarik.	2	✓		
Atas pertimbangan harga	3	✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2022

Rodame Monitorir Napitupulu M.M

NIP: 19841130 201801 2 001

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibaah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu M.M

NIP : 19841130 201801 2 001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Pengaruh *cashless society* dan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa"

Yang disusun oleh:

Nama : Windi Widiya Dharma

NIM : 1740100293

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah:

1.

2.

3.

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

Padangsidimpuan, 2022

Rodame Monitorir Napitupulu M.M

NIP: 19841130 201801 2 001

ANGKET (KUESIONER) PENELITIAN

Penelitian Skripsi Dengan Judul

PENGARUH *CASHLESS SOCIETY* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Bapak/Ibu dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan maka saya,

Nama : Windi Widiya Dharma

Nim : 17 401 00293

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang saudara/i berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: "Pengaruh *Cashless Society* dan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan saudara/i meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Windi Widiya Dharma

Nim. 1740100293

ANGKET (KUESIONER) PENELITIAN

PENGARUH *CASHLESS SOCIETY* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

I. IDENTITAS RESPONDEN

Kami mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Alamat :

Uang saku :

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda *check list* (√)atau tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.
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 Saudara/i dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

II. DAFTAR PERNYATAAN

A. *Cashless society* (X_1)

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya melakukan pembayaran non tunai karena lebih higienis.					
2.	Saya melakukan pembayaran non tunai karena lebih praktis.					
3.	Saya melakukan pembayaran non tunai karena mudah dalam bertransaksi apapun dan kapanpun.					
4.	saya melakukan pembayaran karena aman dari pencurian.					
5.	Saya melakukan pembayaran non tunai karena transaksi belanja lebih mudah dikendalikan (tercatat).					
6.	Saya melakukan pembayaran non tunai karena banyaknya produk yang menarik.					

B. *E-money* (X_2)

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa menggunakan *e-money* (uang elektronik) mudah.					
2.	Dengan menggunakan *e-money* (uang elektronik) saya dapat bertransaksi kapan saja.					
3.	Saya merasa mudah menggunakan *e-money* (uang elektronik) dalam					

	membeli produk.					
4.	Penggunaan *e-money* (uang elektronik) dapat memudahkan pekerjaan saya.					
5.	Saya merasa puas menggunakan *e-money* (uang elektronik) ketika bertransaksi.					
6.	Saya merasa aman jika bertransaksi menggunakan *e-money* (uang elektronik).					

C. Perilaku konsumtif (Y)

NO	**PERNYATAAN**	**Tanggapan Responden**				
		SS	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Saya membeli produk karena ada hadiah dari penggunaan pembayaran non tunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet diginal)					
2.	Saya membeli produk karena alat pembayaran non tunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet diginal) desain atau tampilannya menarik					
3.	Saya membeli produk dengan alat pembayaran non tunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet diginal) karena gengsi					
4.	Saya membeli produk dengan alat pembayaran non tunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet					

	diginal) karena keinginan bukan kebutuhan					
5.	Saya membeli produk dengan alat pembayaran nontunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet digina) agar terlihat keren.					
6.	Saya membeli produk dengan alat pembayaran non tunai (kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money*, dompet diginal) karena ingi meniru model yang mengiklan kan produk tersebut.					

cashlass society (X1)							
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataaan						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	4	5	4	4	26
2	4	4	5	4	4	4	25
3	4	5	5	4	4	4	26
4	5	5	5	4	5	4	28
5	4	4	5	5	5	5	28
6	4	5	5	5	5	5	29
7	4	5	5	5	5	4	28
8	4	4	5	5	5	4	27
9	3	3	3	4	4	4	21
10	4	4	4	4	4	5	25
11	5	5	5	4	5	5	29
12	5	4	4	4	5	4	26
13	4	4	4	2	5	4	23
14	4	4	4	4	5	4	25
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	4	5	29
19	5	4	5	4	4	3	25
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	5	5	5	27
22	5	4	4	4	5	4	26
23	4	5	4	4	5	4	26
24	4	5	4	5	5	4	27
25	5	5	4	5	4	5	28
26	5	4	4	5	4	5	27
27	3	3	3	5	4	5	23
28	2	4	5	5	4	5	25
29	5	5	5	5	4	4	28
30	4	5	5	4	4	4	26
31	3	3	5	4	5	4	24
32	4	4	4	4	3	4	23
33	5	5	5	4	4	4	27
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	5	5	4	4	26
36	5	4	5	5	4	5	28
37	5	4	5	5	5	5	29
38	4	4	5	5	4	4	26
39	4	4	5	4	4	4	25
40	5	4	4	4	4	4	25
41	4	4	4	4	4	5	25
42	4	2	4	4	4	5	23
43	3	4	4	5	4	4	24
44	4	4	5	5	5	4	27
45	5	5	3	4	4	4	25

46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	5	25
50	4	4	3	4	5	5	25
51	5	5	5	5	5	4	29
52	5	5	4	4	5	4	27
53	3	3	4	4	5	4	23
54	5	4	4	4	5	4	26
55	5	4	4	4	5	5	27
56	5	4	4	5	5	5	28
57	4	4	4	5	5	5	27
58	4	5	4	3	4	4	24
59	5	5	5	4	4	3	26
60	3	3	3	4	4	4	21
61	4	5	5	4	5	4	27
62	5	5	5	5	5	4	29
63	5	5	4	5	4	4	27
64	5	5	4	4	5	4	27
65	5	5	4	4	4	4	26
66	4	5	4	4	5	5	27
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	3	3	3	21
69	5	5	4	5	5	5	29
70	4	4	4	5	5	5	27
71	5	5	4	4	4	4	26
72	5	4	4	4	4	4	25
73	4	4	5	5	4	4	26
74	4	5	5	5	3	5	27
75	4	5	4	5	4	4	26
76	4	4	4	5	4	4	25
77	5	4	4	4	4	5	26
78	4	5	4	5	4	5	27
79	4	5	5	5	4	5	28
80	3	3	3	4	4	4	21
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	5	4	4	5	28
84	5	4	5	4	4	4	26
85	5	5	5	5	5	5	30
86	4	4	4	5	5	5	27
87	5	4	4	4	5	5	27
88	3	3	3	4	4	4	21
89	4	4	5	4	5	5	27

E-money (X2)							
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	4	4	5	4	26
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	4	27
5	5	4	4	4	4	5	26
6	4	4	4	5	4	4	25
7	5	5	5	4	4	4	27
8	5	5	5	4	5	5	29
9	5	4	4	5	5	4	27
10	4	4	4	4	5	5	26
11	3	4	3	4	4	3	21
12	5	4	4	5	5	5	28
13	4	4	4	4	5	4	25
14	4	4	4	4	5	4	25
15	3	4	3	4	5	4	23
16	5	5	4	4	5	5	28
17	3	3	3	4	4	5	22
18	5	5	4	4	4	4	26
19	4	5	3	3	4	5	24
20	5	5	4	5	4	5	28
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	4	5	4	5	4	27
23	4	4	4	4	5	4	25
24	5	5	4	4	4	5	27
25	5	4	4	4	4	5	26
26	5	5	4	4	4	4	26
27	5	4	4	4	4	4	25
28	5	4	4	5	4	4	26
29	5	5	5	5	4	4	28
30	5	5	4	4	3	4	25
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	5	4	4	4	26
33	4	5	5	4	5	4	27
34	4	5	5	5	5	5	29
35	5	5	4	4	4	4	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	4	3	4	5	26
38	5	5	4	5	5	5	29
39	5	5	5	5	5	4	29
40	3	4	5	5	5	4	26
41	5	5	4	4	5	4	27
42	3	3	4	4	4	4	22
43	4	4	5	4	4	4	25
44	5	4	5	4	5	5	28
45	5	4	5	5	5	5	29

46	5	4	4	5	5	4	27
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	4	4	5	5	4	27
49	5	4	4	5	4	4	26
50	5	4	4	5	4	4	26
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	2	4	5	5	5	5	26
55	4	5	4	4	4	4	25
56	4	4	3	3	3	4	21
57	4	5	5	4	4	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	2	4	5	23
60	4	5	4	4	4	4	25
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	5	5	5	5	5	29
63	4	5	5	4	5	2	25
64	4	4	4	4	5	4	25
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	4	29
67	5	5	4	5	5	4	28
68	4	4	4	5	4	4	25
69	3	3	3	5	4	4	22
70	4	4	4	5	4	4	25
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	5	4	4	4	4	25
73	5	5	5	4	4	3	26
74	5	5	5	4	5	5	29
75	4	4	5	4	5	4	26
76	4	4	5	4	5	4	26
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	4	4	5	4	4	24
79	5	4	4	4	5	4	26
80	5	5	4	4	5	4	27
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	4	4	4	26
83	5	4	4	5	5	4	27
84	4	4	4	4	5	4	25
85	3	3	3	4	5	4	22
86	4	4	4	4	5	4	25
87	4	4	5	5	4	4	26
88	4	5	5	4	4	4	26
89	4	4	4	4	4	4	24

perilaku konsumtif Mahasiswa (Y)							
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	4	5	5	27
3	4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4	28
6	5	5	4	4	4	4	26
7	5	5	4	4	4	4	26
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	3	3	5	3	3	21
10	4	5	3	4	5	5	26
11	4	4	5	5	3	4	25
12	4	4	4	5	5	5	27
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	5	5	4	25
15	4	4	4	5	5	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	4	4	4	4	26
19	4	5	4	4	4	5	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	5	4	4	5	26
22	5	5	5	4	4	5	28
23	5	5	4	4	4	4	26
24	4	5	4	5	4	5	27
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	4	4	3	5	26
27	5	5	4	4	4	4	26
28	4	4	5	4	4	4	25
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	3	4	4	4	5	25
31	4	4	5	4	4	4	25
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	5	5	5	4	4	27
35	4	5	4	5	4	5	27
36	4	4	5	5	4	4	26
37	4	4	4	5	4	4	25
38	4	4	5	5	4	4	26
39	5	5	4	4	5	5	28
40	4	4	4	4	5	4	25
41	5	4	4	4	5	4	26
42	4	4	4	3	4	3	22
43	4	5	4	4	4	4	25
44	4	4	5	5	5	5	28
45	4	4	5	5	5	5	28

46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	5	5	5	27
48	5	5	5	5	4	4	28
49	4	4	5	5	5	5	28
50	4	4	5	5	5	5	28
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	4	4	28
54	4	4	5	4	5	5	27
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	4	4	4	26
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	4	4	4	4	5	25
59	4	4	5	4	4	5	26
60	4	4	5	5	5	5	28
61	3	5	5	5	5	5	28
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	5	4	5	4	4	26
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	4	4	28
67	4	4	4	4	5	5	26
68	5	5	4	5	5	5	29
69	4	5	5	5	5	5	29
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	5	4	5	4	5	27
73	4	4	5	5	5	5	28
74	5	5	4	4	5	4	27
75	5	4	5	4	5	4	27
76	5	4	5	4	4	4	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	5	4	4	4	4	25
79	4	5	5	5	5	4	28
80	4	4	4	5	4	5	26
81	4	4	4	5	4	4	25
82	5	4	4	4	4	5	26
83	3	4	5	5	5	4	26
84	5	4	4	4	4	5	26
85	5	5	4	4	4	5	27
86	5	3	4	4	4	5	25
87	5	4	4	4	4	5	26
88	4	5	5	4	5	5	28
89	5	5	5	5	5	4	29

Hasil Uji Validitas Variabel *Cashless Society* (X1)

Correlations

		INPUT1	INPUT2	INPUT3	INPUT4	INPUT5	INPUT6	SKORTOTAL
	Pearson Correlation	1	,514**	,253*	,052	,168	,043	,613**
	Sig. (2-tailed)		,000	,016	,626	,112	,689	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,514**	1	,428**	,199	,142	,044	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,060	,183	,681	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,253*	,428**	1	,303**	,147	,046	,630**
	Sig. (2-tailed)	,016	,000		,004	,167	,668	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,052	,199	,303**	1	,156	,408**	,585**
	Sig. (2-tailed)	,626	,060	,004		,141	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,168	,142	,147	,156	1	,273**	,510**
	Sig. (2-tailed)	,112	,183	,167	,141		,009	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,043	,044	,046	,408**	,273**	1	,478**
	Sig. (2-tailed)	,689	,681	,668	,000	,009		,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
OTAL	Pearson Correlation	,613**	,693**	,630**	,585**	,510**	,478**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel e-money (X2)

Correlations

		INPUT1	INPUT2	INPUT3	INPUT4	INPUT5	INPUT6	SKORTOTAL
INPUT1	Pearson Correlation	1	,476**	,250*	,138	,113	,209*	,668**
	Sig. (2-tailed)		,000	,017	,194	,289	,048	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
INPUT2	Pearson Correlation	,476**	1	,443**	,001	,065	,107	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,989	,543	,316	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
INPUT3	Pearson Correlation	,250*	,443**	1	,256*	,327**	,093	,677**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000		,015	,002	,383	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
INPUT4	Pearson Correlation	,138	,001	,256*	1	,299**	,063	,507**
	Sig. (2-tailed)	,194	,989	,015		,004	,556	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
INPUT5	Pearson Correlation	,113	,065	,327**	,299**	1	,159	,544**
	Sig. (2-tailed)	,289	,543	,002	,004		,135	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
INPUT6	Pearson Correlation	,209*	,107	,093	,063	,159	1	,451**
	Sig. (2-tailed)	,048	,316	,383	,556	,135		,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
SKORTOTAL	Pearson Correlation	,668**	,611**	,677**	,507**	,544**	,451**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

		INPUT1	INPUT2	INPUT3	INPUT4	INPUT5	INPUT6	SKORTOTAL
	Pearson Correlation	1	,367**	,108	-,052	,105	,182	,468**
	Sig. (2-tailed)		,000	,311	,625	,325	,086	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,367**	1	,264*	,226*	,230*	,181	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,032	,029	,088	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,108	,264*	1	,420**	,333**	,222*	,646**
	Sig. (2-tailed)	,311	,012		,000	,001	,035	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	-,052	,226*	,420**	1	,348**	,247*	,591**
	Sig. (2-tailed)	,625	,032	,000		,001	,019	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,105	,230*	,333**	,348**	1	,485**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,325	,029	,001	,001		,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
	Pearson Correlation	,182	,181	,222*	,247*	,485**	1	,632**
	Sig. (2-tailed)	,086	,088	,035	,019	,000		,000
	N	89	89	89	89	89	89	89
OTAL	Pearson Correlation	,468**	,626**	,646**	,591**	,687**	,632**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Hasil Uji Reliabelitas Variabel *Cashlass Society* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,621	6

Hasil Uji Reliabelitas Variabel *E-money* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	6

Hasil Uji Reliabeliabelitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,661	6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82461388
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,049
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Toleranc e	VIF
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000		
	cashlass society	,328	,092	,347	3,574	,001	,999	1,001
	e-money	,230	,096	,233	2,399	,019	,999	1,001

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,423[a]	,179	,160	1,84547

a. Predictors: (Constant), E-MONEY, CASHLESS SOCIETI

b. Dependent Variable: PRILAKUKONSUMTIF

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000
	CASHLESS SOCIETI	,328	,092	,347	3,574	,001
	E-MONEY	,230	,096	,233	2,399	,019

a. Dependent Variable: PRILAKUKONSUMTIF

Uji Sinifikan Simultan (F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,600	2	32,300	9,484	,000[b]
	Residual	296,300	86	3,406		
	Total	360,900	88			

a. Dependent Variable: PRILAKUKONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), E-MONEY, CASHLESS SOCIETI

Hasil uji analisis regresi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12,561	3,405		3,689	,000
	CASHLESS SOCIETI	,328	,092	,347	3,574	,001
	E-MONEY	,230	,096	,233	2,399	,019

a. Dependent Variable: PRILAKUKONSUMTIF

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung