



**PENGARUH SHOPEE *PAYLATER* DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI GENERASI MUSLIM
MILENIAL PADANGSIDIMPUN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

OLEH:

**SEPTI KHAIRANI SIREGAR
NIM: 19 402 00079**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SYEKH
ALI HASAN AHMAD AD-DARY
PADANGSIDIMPUN
2023**



**PENGARUH SHOPEE *PAYLATER* DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI GENERASI MUSLIM
MILENIAL PADANGSIDIMPUN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

OLEH:

**SEPTI KHAIRANI SIREGAR
NIM: 19 402 00079**

PEMBIMBING I

**Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 198405122014032002**

PEMBIMBING II

**Aliman Syahuri Zein, S. E. I., M. E. I
NIDN. 20 28048201**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023



**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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Septi Khairani Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juli 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Septi Khairani Siregar** yang berjudul "**Pengaruh Shopee Paylater Dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Delima Sari Lubis, M.A.
NIDN. 2012058401

PEMBIMBING II

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Septi Khairani Siregar**
NIM : 19 402 00079
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Shopee *Paylater* dan *Cash On Delivery* Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidimpuan, 14 Juli 2023
Saya yang Menyatakan,



Septi Khairani Siregar
NIM. 19 402 00079

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Septi Khairani Siregar
NIM : 19 402 00079
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Shopee Paylater dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidempuan”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : Juli 14 2023

kan,

5DCAKX473929318
Septi Khairani Siregar
NIM. 19 402 00079



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, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI**

NAMA : SEPTI KHAIRANI SIREGAR
NIM : 19 402 00079
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SHOPEE *PAYLATER* DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI GENERASI MUSLIM MILENIAL PADANGSIDIMPUAN

Ketua

Dra. Hj Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

Anggota

Dra. Hj Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

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

Sarmiana Batubara, M.A
NIDN. 2127038601

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin/ 24Juli 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d 16:27 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/72, 25(B)



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH SHOPEE PAYLATER DAN CASH ON DELIVERY TERHADAP PERILAU ONSUMSI GENERASI MUSLIM MILENIAL PADANGSIDIMPUAN*

NAMA : SEPTI HAIRANI SIREGAR
NIM : 19 402 00079

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

Padangsidempuan, 15 Agustus 2023



[Signature]
Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 197808182009011015

ABSTRAK

Nama : Septi Khairani Siregar
Nim : 1940 200079
Judul Skripsi : Pengaruh Shopee Paylater dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Padangsidempuan

Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan perilaku konsumsi yang awalnya berbelanja melalui *offline shop* berubah menjadi melalui *online shop*. Salah satunya fitur shopee *paylater* dan *cash on delivery* menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi pada generasi muslim milenial Padangsidempuan. Dimana strategi fitur pembayaran yang digunakan oleh pihak shopee mempengaruhi perilaku konsumsi dalam melakukan pembelian tanpa mengkhawatirkan transaksi pembayaran yang akan dilakukan sehingga generasi muslim menghiraukan perbedaan antara keinginan dengan kebutuhannya sendiri. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang perilaku konsumsi, dimana Imam Al-Ghazali telah membedakan antara keinginan dan kebutuhan, bahwa pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna ibadah. Pembahasan penelitian ini berhubungan dengan bidang ilmu manajemen atau sehubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan shopee *paylater* dan *cash on delivery*

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa UIN Syahada yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, sumber data yaitu data primer, dan instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket (kuesioner), wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, analisis statistic deskriptif, uji linieritas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji analisis regresi linear berganda, uji statistik deskriptif (R) uji hipotesis (uji t dan f) dengan menggunakan statistik SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial (uji t) pada variabel shopee *paylater* (X1) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan. Begitu juga pada variabel *cash on delivery* (X2) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan. Sedangkan variabel shopee *paylater* dan *cash on delivery* secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidmpuan.

Kata Kunci: , Cash On Delivery, Perilaku Konsumsi, Shopee Paylater

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Shopee Paylater dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidempuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang

Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan. M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita. M. Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Pembimbing I dan bapak Aliman Syahuri Zein, S.E.I., M.E, Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, yang telah sabar memberi bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu

pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi Peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

7. Teristimewa kepada Ayah tercinta Munir Siregar dan Ibunda Nurmawati Daulay yang telah membimbing dan memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi doa yang tiada lelahnya serta berjuang demi anak perempuan satu-satunya.
8. Teristimewa kepada Abang selaku saudari kandung Afrijal Siregar, Taufik Siregar, beserta kaka ipar Eslinawati Harahap yang tiada henti telah memberi dukungan dan pertolongan selama proses perkuliahan.
9. Terkhusus kepada sahabat-sahabat peneliti, Putri Martondi Pulungan, Dedek Apriani Harahap, Nadila, Nurhabibah Siregar, Uni Santriyati Nasution yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman diskusi dan memberikan motivasi sekaligus kawan satu kost bagi peneliti di kampus UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
10. Terkhusus juga kepada Sircel Hanya Sebatas Dunia yang telah menemani dan menjadi tempat berbagi pengalaman semasa kuliah disidempuan peneliti ucapkan terimakasih sudah menjadi bagian cerita hidup peneliti selama proses perkuliahan semoga kita kelak tetap berkomunikasi dengan baik selama dan seterusnya.
11. Teman-teman Ekonomi Syariah 2 angkatan 2019 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Padangsidempuan, juli 2023

Peneliti,

Septi Khairani Siregar
NIM.19 402 00079

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	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	ḏal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṡad	ṡ	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ḏa	ḏ	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

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

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

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

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

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

و...	ḍommah dan wau	ū	ā dangaris di atas
------	----------------	---	--------------------

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

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

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.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata

sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Perumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori.....	14
1. Jual Beli.....	14
a. Defenisi Jual Beli	14
b. Dasar Hukum Jual Beli	17
c. Rukun Jual Beli	18
2. Jual Beli Online.....	18
a. Pengertian jual beli online.....	18
3. Shopee paylater	19
a. Pengertian shopee paylater.....	19
b. Mekanisme dan Ketentuan shopee paylater	21
c. Perespektif Islam Tentang Shopee <i>Paylater</i>	22
4. Cash on delivery.....	23
a. Pengertian cash on delivery	23
b. Mekanisme Cash On Delivery	24
c. Perespektif Islam Tentang <i>Cash On Delivery</i>	24
5. Perilaku Konsumsi	26
a. Pengertian Konsumsi	26
b. Kegiatan Konsumsi	28

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	29
d. Perilaku Konsumsi dalam Islam.....	30
e. Sifat Kebutuhan dalam Islam.....	33
6. Generasi Milenial.....	33
B. Kajian /Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir.....	37
D. Hipotesis.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
B. Jenis Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Kuesioner/ Angket	43
2. Wawancara.....	43
3. Dokumentasi	44
E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
F. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	46
2. Uji Normalitas.....	46
3. Uji Linearitas.....	46
4. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Multikolinearitas	47
b. Uji Heteroskedastiditas	47
5. Uji koefisien Determinasi (R^2).....	48
6. Analisis Regresi Berganda	48
7. Uji Hipotesis	49
a. Uji Parsial(Uji t).....	49
b. Uji Simulatif (Uji F).....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Sejarah Universits Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidmpuan	51
2. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan AhmadAddary Padangsidimpuan.....	52
a. Visi	52
b. Misi	52

3. Frogram Studi di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahnad Addary Padangsidimpuan	54
4. Gambaran PT Shopee.....	55
5. Visi dan Misi Shopee	56
a. Visi	56
b. Misi	56
B. Deskripsi Data Penelitian	56
C. Analisis Data	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian	72
E. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	75
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	77
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Definisi Operasional	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III.1 Jumlah Mahasiswa	42
Tabel III.2 Penetapan Skor Skala.....	43
Tabel IV.1 Data Responden	57
Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Angkatan	57
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Fakultas	58
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel (X1)	59
Tabel IV.5 Hasil Uji validitas Variabel (X2).....	59
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas (Y).....	60
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas (X1)	60
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas (X2)	61
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas (Y)	61
Tabel IV.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif	62
Tabel IV.11 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel IV.12 Hasil Uji Linearitas Shopee Paylater	63
Tabel IV.13 Hasil Uji Linearitas COD	64
Tabel IV.14 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel IV.16 Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel IV.17 Hasil Uji koefisien determinasi.....	69
Tabel IV.18 Hasil Uji Simultan (Uji t).....	70
Tabel IV.19 Hasil Uji Uji Parsial (Uji f).....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Situs E-Commerce dengan Kunjungan	4
Gambar II.1 Kerangka Berfikir	37
Gambar IV.1 Logo Shopee	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹ Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumsi selalu berhubungan pada aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi berasal dari naluri kebutuhan manusia agar tetap *survive* dalam hidupnya. Kebutuhan hidup inilah yang memunculkan interaksi antara manusia dengan manusia lainnya. Dalam interaksi ini kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki sesuatu bisa muncul karena kebutuhan atau keinginan. Konsep kebutuhan dalam islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka maqashid al-syariah dimana tujuan syari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumsinya dalam Islam.

Imam Ghazali telah membedakan antara keinginan dan kebutuhan, menurut al-Ghazali kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya, al-Ghazali juga menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari maknaibadah.²

¹Ikit, *Jual Beli Online dalam Prespektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 1.

²Ika Yunia Faujia dan Abdul Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 162-163.

Konsumsi juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Sebab Perilaku konsumsi adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa. Perilaku konsumsi ini juga merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian suatu produk atau barang yang telah diinginkan sebelumnya.³ Bergesernya perilaku manusia dari manual ke digital seperti yang terjadi saat ini dari segi positifnya adalah dapat mempermudah menyelesaikan urusan manusia, pekerjaan bisa dilakukan tanpa memerlukan waktu lama, biaya uang bisa ditekan dan tempat yang tidak terbatas.⁴

Konsumsi juga adalah pemenuhan kebutuhan esensial sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Namun perilaku konsumsi adalah sikap menjaga perilaku agar tidak berlebih-lebihan, karna islam melarang ummatnya untuk melakukan konsumsi dengan berlebih-lebihan yang dapat merugikan diri sendiri. Oleh karena itu datangnya *E-commerce* membawa dampak negatif dan positif terhadap masyarakat.

E-commerce termasuk tempat belanja *online* terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Salah satunya yaitu pada aplikasi shopee dimana shopee merupakan sebuah *e-commerce* yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan

³Aldila Septiana, *Analisis Prilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam* (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 1.

⁴ Hamni Fadillah Nasution, "Tingkat Motivasi dan Hubungannya dengan Hasil Belajar Matematika Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan", *Journal Pendidikan dan Konseling*, Vol.12, No.2 (2022) : hlm. 188.

cepat bagi pelanggan konsumen melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.⁵

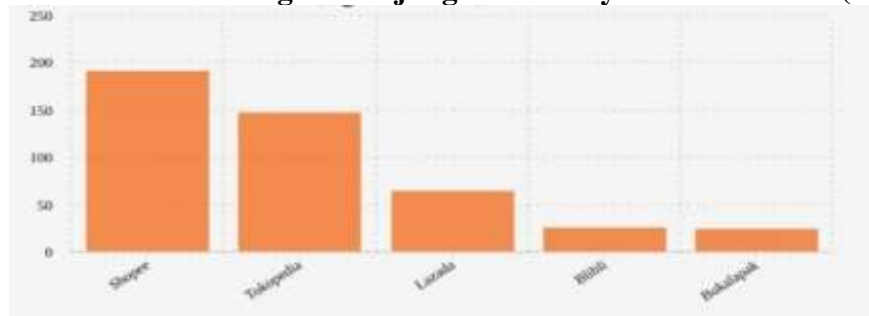
Jadi aplikasi shopee ini adalah sebuah tempat atau wadah dimana seseorang dapat berbelanja secara *online* dengan berbagai jenis produk mulai dari yang terkecil sampai dengan yang terbesar sesuai apa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Namun seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat pada saat ini berdampak pada hampir setiap kegiatan manusia tak terkecuali berpengaruh terhadap sektor pertanian yaitu pada industri jual beli. Perkembangan teknologi membuat sistem ini fokus pada pengenalan produk berbasis kecerdasan dan proses yang memungkinkan industri untuk menghadapi perubahan cepat dalam pola berbelanja.

Internet muncul pada tahun 1996 kemudian terus berkembang pesat sehingga terciptanya *E-commerce* yang pertama kali dikenalkan pada tahun 1994 yang diperuntukkan untuk mempromosikan suatu bisnis secara publik dengan menggunakan berbagai elektronik dan juga untuk sebagai sarana berdagang, transaksi jual beli, transaksi barang atau jasa, serta pemindahan dana atau data lewat jaringan elektronik dan internet. *E-commerce* secara luas dianggap sebagai pembelian dan penjualan produk melalui internet. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan manusia akan selalu terlibat pada kegiatan muamalah, namun masyarakat saat ini sedang dihadapkan dengan kemudahan-kemudahan akan hadirnya *e-commerce* atau situs jual beli

⁵Abaut, [https:// Careers. Shopee.co.Id](https://Careers.Shopee.co.Id) (Diakses Pada Tanggal 2 Januari 2023, Pukul 10:17 WIB).

online.⁶

Gambar I.1
Situs E-Commerce dengan Kunjungan Terbanyak Di Indonesia (2022)



Sumber: <https://iprice.co.id>

Berdasarkan data pada gambar di atas jumlah pengguna e-commerce dengan kunjungan terbanyak di Indonesia tahun 2022 pada aplikasi shopee mencapai 200 juta, tokopedia dengan jumlah 150 juta, lazada 100 juta, bilibili 50 juta, dan bukalapak 0 pengguna kunjungan.

Online shop (jual beli online) sekarang ini hampir dilakukan oleh semua orang terutama yang hidup dengan memakai *smartphone*, cukup duduk dengan santai dirumah, punya data, dan punya aplikasi jual beli *online*, seperti, Tokopedia, Shopee, Buka lapak, Lazada dan lain-lain, sehingga semua kalangan bisa membeli segala kebutuhan hidupnya. Sehingga *online shop* menjadi salah satu bentuk pemasaran interaktif yang telah menjadi tren berbelanja di semua kalangan, khususnya masyarakat yang hidup di era generasi milenial (Z).⁷

Namun keberadaan toko-toko online ini sangat membantu dan

⁶ Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, “Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19”, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol.9, No.2 (2020): hlm. 115

⁷ Hamni Fadila Nasution, “Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.4 No.1 (2018): hlm. 26.

memberi kemudahan mendapatkan barang yang diinginkan ketimbang keliling pasar mendatangi untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Cukup klik nama barang yang diinginkan, maka akan tampil banyak sekali barang yang muncul dengan berbagai bentuk model dan semisalnya harga yang bervariasi. Tentunya ini sangat membantu para konsumen.

Seiring dengan perkembangan teknologi, gaya hidup masyarakat khususnya pada mahasiswa zaman sekarang ini yang semakin serba instan dan tidak memperhatikan dampak terhadap diri sendiri dikarenakan masyarakat memiliki mobalitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Hal ini membuat adanya berbagai perusahaan penyedia layanan produk dan jasa yang hadir untuk membantu kebutuhan masyarakat dan setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Semakin menarik, mudah dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen maka keuntungan yang didapatkan perusahaan juga semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan perusahaan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan.

Salah satunya yang telah menyediakan berbagai sistem penjualan pada perusahaanya adalah pada aplikasi shopee. Shopee sebagai aplikasi *mobile platfrom e-commerce* yang termasuk tingkatannya tinggi di perusahaan indonesia yang didorong oleh berbagai fitur yang mereka sediakan termasuk dalam bidang sistem pembayaran.⁸

⁸Gadung Satriyono, Meme Rukmini, dkk, "Shopeepay Later User Satisfaction Analysis Using Delone And Mclean Model," *Journal Management Studies And Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 5 (2018): hlm. 249.

Adapun sistem pembayaran yang bisa dilakukan dalam transaksi pada aplikasi shopee sebagai berikut: *Money transfer*, cara ini lebih aman untuk menerima pembayaran dari konsumen mancanegara, namun memerlukan biaya tambahan bagi konsumen dalam bentuk *fee* bagi pihak penyedia jasa *money transfer* untuk mengirim sejumlah uang kenegara lain. *Cash on delivery*, pembayaran dengan bayar ditempat metode ini hanya dilakukan jika konsumen berada dalam satu kota yang sama dengan penyedia yang sama.⁹

Shopee *Paylater* atau *Spaylater*, sistem pembayaran di shopee yang mengusung konsep beli sekarang bayar nanti dan akan mendapat pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. *Shopeepay*, metode ini dilakukan terlebih dahulu dengan mengisi saldo *shopeepay* sendiri dengan nomor ponsel yang di daftarkan pada aplikasi shopee sebelumnya sehingga baru bisa dibayarkan langsung oleh sistem shopee itu sendiri.¹⁰

Sehingga semakin banyak fitur yang disediakan oleh aplikasi shopee tentunya para konsumen akan mempertimbangkan sistem pembayaran yang mana yang lebih mendatangkan kemudahan dan keamanan terkait transaksi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya itu sendiri. Sehingga membuat perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana sikap dan kepuasan konsumen dalam berbelanja di *platfrom e- commerce* dalam

⁹Richardy Affan Sojuangon, "Analisis Transaksi Jual Beli Online (Peer To Peer) Pada E-Commrce Berdasarkan Hukum Syariah," *Journal Of Islmic Economics Lariba*, Vol. 3, No. 1 (2017): hlm. 33.

¹⁰Shopeepay, Metode Pembayaran Dari E-Commerce, No. 1 di Indonesia, <https://shopeepay.co.id>.

pembelian produk maupun jasa.

Melihat maraknya pengguna shopee pada saat ini, maka peneliti berasumsi untuk melakukan penelitian pada kampus UIN Syahada Padangsidempuan dengan periode 2019-2022. Dan peneliti telah melakukan wawancara dengan sejumlah 10 orang mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan tepatnya pada tanggal 15 Mei 2023, peneliti melakukan wawancara langsung dengan Nadila yang merupakan mahasiswa dari Prodi PGMI, yang mana dari wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa yang menjadikan ia tertarik dalam melakukan *online shop* pada aplikasi shopee didorong oleh jenis fitur pembayaran yang disediakan pada aplikasi shopee salah satunya metode shopee *paylater* dimana metode ini dapat mempermudah belanja ketika keuangan tidak mencukupi.¹¹

Menurut sudaryono, sikap (*attitude*) adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respons secara konsisten terhadap suatu objek yang diberikan. Melalui sikap konsumen ini dapat dilakukan analisis menyangkut pertahanan perusahaan tersebut.¹² Oleh karena itu sesuai dengan perkembangan ilmu teknologi yang sangat pesat, maka untuk melakukan kegiatan apapun saat ini sudah sangat mudah dijangkau melalui internet, seseorang bisa mendapatkan berbagai situs yang mengandung berbagai

¹¹ Nadila, Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan, Wawancara, 15 Mei 2023 Pukul 08.45.

¹²Hardi Mulyono, *Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Berbasis Mahasiswa* (Deli Serdang: CV. Pustaka Diksi, 2021), hlm. 131.

macam informasi yang dibutuhkan.¹³

Berdasarkan latarbelakang diatas sebelumnya maka peneliti tertarik lebih lanjut untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Shopee *paylater* dan *Cash On Delivery* Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Padangsidimpun”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Kecenderungan melakukan pembayaran dengan sistem shopee *paylater* lebih serius tanpa memikirkan atau mempertimbangkan dampak yang akan terjadi.
2. Pembayaran *cash on delivery* lebih mudah berdampak pada seringnya mahasiswa berbelanja.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah dicantumkan diatas, maka diperlukan batasan-batasan masalah dalam pembahasannya agar permasalahan tersebut lebih terarah. Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu hanya pengguna variabel shopee *paylater* (X1) dan variabel *cash on delivery* (X2) selanjutnya variabel perilaku konsumsi (Y). Penelitian dilakukan hanya pada generasi muslim milenial, generasi muslim milenial dimaksud adalah mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpun.

¹³Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Seimotika Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 204.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel dalam penelitian adalah merupakan bentuk operasional dari setiap variabel-variabel yang digunakan seperti defenisi, indikator-indikator yang digunakan, dan alat ukur yang digunakan untuk meneliti. Maka dalam penelitian ini memiliki dua variabel yakni terdiri dari variabel independen yakni variabel bebas dan variabel dependen yakni variabel terikat.¹⁴

Tabel I.1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
	Pembayaran <i>shopee paylater</i>	Pembayaran adalah sesuatu yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonmi. Shopee paylater adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode pembayara 2. Mudah. 3. Cepat. 4. Membantu. 5. Hutang. 6. Denda. 7. Cashback. 8. Menyarankan. 9. Keinginan. 	Ordinal

¹⁴Sofyan, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.121.

¹⁵<https://amp.kontan.co.id> (diakses pada" 17 Mei 2022, Pukul 14.12. WIB).

	<i>Cash on delivery</i>	<i>Cash on delivery</i> adalah transaksi keuangan di mana pembayaran produk/jasa yang diterima dilakukan pada saat pengiriman datang ketempat yang dituju	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode pembayaran. 2. Aman. 3. Mudah. 4. Meminimalisir penipuan. 5. Voucher. 6. Efisien. 7. Keinginan. 	Ordinal
3.	Perilaku konsumsi	Perilaku konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Syahwat (keinginan) 2. Hajat (kebutuhan) 	Ordinal

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh shopee *paylater* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.
2. Apakah terdapat pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi milenial Padangsidempuan.
3. Apakah terdapat pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka memunculkan faktor-faktor pendorong peneliti menjadi tujuan utama melakukan ini dan tujuan-tujuan tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh shopee *paylater* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam hal mengenai pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi islam generasi muslim milenial Padangsidempuan.

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan kepada masyarakat atau teman-teman yang ingin menganalisa sebuah fenomena dan makna yang memiliki kemiripan dengan kasus yang diangkat oleh peneliti.

3. Bagi dunia akademik

Sebagai upaya untuk mengembangkan pengetahuan di bidang ilmu ekonomi syariah, juga sebagai penambah wawasan secara langsung

maupun tidak langsung dalam setiap menghadapi permasalahan yang ada tentang penggunaan pembayaran non-tunai dan tunai terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial, serta bagi peneliti selanjutnya sebagai sarana penambah pengetahuan, dan dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh semasa perkuliahan. Serta penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi mahasiswa/i dan pihak UIN Syahada pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis islam terutama pada prodi ekonomi syariah.

4. Bagi shopee

Peneletian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan masukan bagi Shopee dalam hal shopee *paylater* dan *cash on delivery*, sehingga dapat mengembangkan dan memajukan situs pelayanan shopee pada *E-commerce*.

H. Sistematika Pembahasan

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan untuk mempermudah penelitian ini. Yang bertujuan untuk menciptakan laporan penelitian yang sistematis, jelas dan mudah dipahami.

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan suatu pengantar dan penjelasan tentang latarbelakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta defenisi operasionalnya, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan dari penelitian.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini juga menguraikan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan pembahasan mengenai hasil analisis dari objek penelitian.

5. Bab V Penutup

Bab ini mengemukakan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan. Selanjutnya juga disampaikan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Jual beli

a. Defenisi jual beli

Secara etimologis jual beli (*al-buyu'jama dari al-bai'*) merupakan mashdar, padahal mashdar tiak dapat dijamakkan. Tapi kata ini dapat dijamakkan karena jenisnya yang berbeda-beda. Jadi pengertian jual beli secara terminologis, yaitu jual beli adalah tukar-menukar harta yang dimaksudkan untuk suatu kepemilikan, yang ditunjukkan dengan perkataan dan perbuatan.¹⁶

Pengertian jual beli secara istilah adalah menunjukkan perbuatan dan akibat hukum jual beli, yaitu:

- 1) Harta yang dipertukarkan, yaitu barang yang dijual (*al-mabi'*) dan harga (*tsaman*). Harta berasal dari kata "*mall*" asal kata dari "*mala*" artinya condong atau berpaling dari tengah kesalah satu sisi. Segala sesuatu yang menyenangkan manusia dan mereka pelihara, baik dalam bentuk materi maupun dalam bentuk manfaat. Harta pada hakikatnya adalah milik Allah dan manusia hanya dititipkan harta tersebut.¹⁷

Oleh karna itu islam memperkenankan negara untuk mengatur

¹⁶Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 82-83.

¹⁷ Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jawa Tengah: Pena Persada, 2021), hlm. 16.

masalah perekonomian agar kebutuhan masyarakat baik secara individu maupun sosial dapat terpenuhi secara profesional. Dalam islam juga negara berkewajiban melindungi kepentingan masyarakat dari ke tidakadilan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang, ataupun dari negara lain. Dan negara berkewajiban memberikan jaminan sosial agar seluruh masyarakat dapat hidup secara layak.

Harta juga merupakan sesuatu yang dicintai manusia dan dapat digunakan pada saat dibutuhkan. Dalam memenuhi kebutuhan hidup, islam menegaskan bahwa perilaku konsumsi ummat, yaitu tetap pada kesederhanaan dan tidak melampaui batas. Hal ini sudah dijelaskan pada Al –Qur,an surah al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*¹⁸

Dari ayat diatas dapat ditafsirkan tentang bukanlah larangan mengucapkan dengan lisan bahwa sesuatu itu haram baginya, namun yang dimaksud adalah meninggalkan atau tidak memakan sesuatu karena ingin mempersulit dan bersikap keras terhadap

¹⁸ Kementerian Republik Indonesia, Al-qur'an Al- Karim dan Terjemahannya (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), hlm. 122.

dirinya, baik itu dia mengucapkan keharaman itu dengan lisan maupun tidak.¹⁹ Jadi dapat disimpulkan bahwa sikap melempai batas atau berlebih-lebihan dalam konsumsi dilarang dan tidak baik untuk diri sendiri karna dapat merugikan.

- 2) Akad, yaitu pernyataan atau perbuatan yang berupa penawaran (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*).

Akad atau *ijab qabul* adalah perbuatan atau pernyataan yang bertujuan untuk menunjukkan suatu keridhoan dalam bertransaksi diantara dua orang atau lebih, sehingga terhindar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara', ikatan tersebut terjadi antara kedua belah pihak, satu pihak menyatakan *ijab* dan pihak yang lain menyatakan *qabul*, yang kemudian timbul akibat hukum berupa hak dan kewajiban antara dua belah pihak tersebut. Adapun rukun dan syarat akad sebagai berikut:

(a) *Al- aqid* (orang yang akad)

(b) *Ma'qud alaih* (sesuatu yang diakadkan).²⁰

- 3) Pemindahan kepemilikan (*intiqaal al-milikiyyah/ at-tamlikiyah*), yaitu barang yang dijual (*mabi'*) berpindah kepemilikannya dari milik penjual menjadi milik pembeli dan harga (*tsaman*) berpindah kepemilikannya dari milik pembeli menjadi milik penjual.

¹⁹Surat Al-Maidah Ayat 87, <https://tafsirweb.com> (diakses 18 Desember 2022 Pukul 12:29 WIB).

²⁰ Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, hlm.18-19.

4) Al-ta'bid, ulama syafiiyah menyatakan bahwa pemindahan kepemilikan objek yang dipertukarkan (*al-tsaman* dan *al-mutsaman*) bersifat kekal (abadi) atau tidak bersifat sementara.²¹

b. Dasar hukum jual beli

Hukum jual beli adalah *jaiiz* atau mubah (boleh). Hal ini berdasarkan kepada Al- quran surah an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*²²

Ayat ini ditujukan kepada orang-orang yang beriman dengan ketentuan ayat bagi orang yang beriman mesti ada hukumnya, yaitu larangan atau perintah. Terlihat pada kalimat berikutnya, ayat ini berisi perintah supaya orang-orang beriman untuk tidak berbuat zalim kepada sesama dengan cara memakan harta mereka secara batil. Kata *ta'kulu* yang berarti memakan, juga bisa berarti mengambil atau menggunakan manfaat harta orang lain tanpa izin. Sedangkan kata *bil-bhatili* yang berarti dengan cara yang diharamkan seperti mengambil riba dari setiap pinjaman uang.²³

²¹ Darwis Harahap, Arbanur Rasyid, dkk, *Fiqih Muamalah 1* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 32-34.

²² Kementerian Republik Indoseia, Al-Qur'an Al-karim dan Terjemahannya (Bandung: CV Diponegoro, 2013), hlm. 73.

²³ Dwi Swiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), hlm. 61.

c. Rukun jual beli

Rukun jual beli ada tiga yaitu akad ijab kabul, orang yang berakad (penjual dan pembeli) dan *ma'kud 'alaaih* (objek akad). Akad adalah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum bisa dikatakan sah sebelum ijab kabul dilakukan sebab ijab kabul menunjukkan kerelaan (keridaan). Pada dasarnya, ijab kabul dilakukan dengan lisan, tetapi tidak mungkin, misalnya bisu atau lainnya, boleh ijab kabul dengan surat menyurat yang mengandung ijab kabul.²⁴

2. Jual Beli Online

a. Pengertian jual beli *online*

Jual beli *online* adalah transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa bertemu langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, web dan lain sebagainya.²⁵

Kehadiran internet sebagai media komunikasi mungkin sudah menjadi hal yang wajar di Indonesia. Begitu juga mengenai jual beli *online*. Banyak *online marketer* yang memanfaatkan jual beli online di Indonesia, untuk seorang pemain yang sudah sepuh pasti teramat memahami bagaimana jual beli *online* tersebut.

Bagi pemula mungkin masih membutuhkan panduan untuk bertransaksi secara aman di internet atau memerlukan beberapa modal dasar yang

²⁴ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, hlm. 87.

²⁵ Isnawati, *Jual Beli Online Secara Syariah* (Yogyakarta: Gramedia, 2021), hlm. 8.

menunjang keberhasilan sampai kepada konsumen, yaitu antara lain:

- 1) Media jual beli
- 2) Ketegasan dalam mengambil keputusan
- 3) Prosedur dan media pembayaran
- 4) Media komunikasi
- 5) Prosedur dan alat pengiriman²⁶

Bentuk-bentuk transaksi bisnis semakin hari semakin komplit, di era globalisasi ini semua bentuk transaksi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam melakukan akad usaha, yaitu melalui media komunikasi modern.²⁷

3. Shopee Paylater

a. Pengertian Shopee Paylater

Shopee *paylater* adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana terpapar dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi shopee. Kehadiran shopee *paylater* memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul di bulan depan atau dengan beberapa bulan pada setiap bulan sesuai dengan yang diinginkan.²⁸

²⁶Unggul Pambudi Putra dan Java Creativity, *Sukses Jual Beli Online* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 2-3.

²⁷Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah* (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), hlm. 6.

²⁸Otoritas Jasa Keuangan, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK. 01/2016, Tentag Layanan Pinjam Meminjam Berbasis Teknologi Informasi,"

Pembayaran fitur *shopee paylater* ini juga merupakan salah satu cara promosi yang cerdas untuk menarik pembeli yang begitu banyak berbelanja di shopee. Penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Sasaran pengguna shopee adalah seluruh masyarakat yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan melakukan gadget termasuk kegiatan berbelanja.

Dalam shopee ada namanya *paylater* yaitu metode pembayaran menggunakan dan talangan dari perusahaan aplikasi, kemudian pengguna membayarkan sejumlah uang kepada perusahaan aplikasi tersebut, ketika akan melakukan transaksi jual beli. *Shopee paylater* merupakan salah satu layanan yang dihadirkan oleh shopee untuk memudahkan para pengguna berbelanja online di aplikasi mereka.²⁹

Shopee paylater ini sama persis dengan aplikasi OVO dengan pembayaran yang instan dan mudah, layanan digital diperkirakan semakin marak bahkan bank indonesia menargetkan pembentukan QR code bersama, yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi,³⁰ Ada banyak dompet digital di indonesia yang menyediakan jasa transaksi secara elektronik untuk mempermudah konsumen dalam pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai. Perubahan sosial masyarakat

https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-206/SAL-POJK_Fintech.Pdf.

²⁹Ah Khairul Wafa, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Shopeepay Later," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No.1 (2020): hlm.18-19.

³⁰Pusat Data dan Analisis Tempo, *Perkembangan Pembayaran Digital Menjelang Pandemi Corona dan Era Pandemi di Indonesia* (Jakarta: Jaya Wardana, 2021), hlm. 23.

terhadap penggunaan uang dari tunai dan perlahan beralih ke uang elektronik atau biasa disebut *e-money* tak lepas dari peran pengembangan dompet digital, bahkan pada situasi pandemi covid-19, transaksi ekonomi dan keuangan digital tetap tumbuh tinggi, pembatasan kegiatan pada pandemi justru mendorong masyarakat untuk berbelanja online atau daring.³¹

b. Mekanisme dan ketentuan shopee *paylater* “bayar nanti”

Untuk mendapatkan fitur terbaru dari marketplace shopee, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu, seperti; akun shopee harus terdaftar dan harus terverifikasi, akun shopee harus sudah berusia 3 bulan, akun shopee sering digunakan untuk bertransaksi, harus update aplikasi terbaru, setelah memenuhi persyaratan, pengguna bisa mencoba melakukan transaksi pembelian dengan batasan limit yang ada dan memilih metode pembayaran shopee *paylater* sebagai metode pembayaran.

Berikut cara mengaktifkan shopee *paylater* untuk mendapatkan pinjaman dari marketplace shopee:

- 1) Klik tab saya kemudian pilih shopee *paylater*
- 2) Klik aktifkan sekarang
- 3) Masukkan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan
- 4) Unggah foto KTP

³¹ Pusat Data dan Analisis Tempo, hlm. 47-48.

- 5) Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan
- 6) Kemudian verifikasi wajah
- 7) Tunggu verifikasi diterima
- 8) Setelah mengikuti cara diatas, maka shopee paylaater berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk melakukan berbelanja.³²

c. Perespektif Islam Tentang Shopee *Paylater*

Para ulama memperbolehkan adanya jual beli. Namun jual beli yang dilakukan harus memenuhi syarat-syarat yang sudah diatur. Dalam pelaksanaan jual beli harus terdapat kejelasan dan kesepahaman antara penjual dan pembeli. Jika jual beli dilakukan secara kredit atau berangsur-angsur maka penjual harus memberitahukan jika harga yang pembayarannya secara kredit lebih tinggi dibandingkan pembayaran secara tunai. Menurut ulama jika penjual memberikan perbedaan harga kontan dengan harga kredit dimana harga kredit lebih tinggi dari harga kontan kemudian pembeli menyetujui nya maka dalam hal ini sudah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak maka dari itu jual beli ini tidak haram.

Selanjutnya penerapan dalam akad *qardh* pada shopee *paylater*, *qardh* dalam islam diperbolehkan jika rukun dan syarat nya terpenuhi. Pengaplikasian akad *qardh* dalam praktik shopee *paylater*

³²Sonia Aftika, "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah," Skripsi Uin Raden Intan Lampung 2021, hlm. 28.

karena dalam pengaplikasian shopee *paylater* pengguna diberikan limit awal sesuai dengan ketentuan dari shopee *paylater*, limit tersebut digunakan untuk membeli barang sesuai yang diinginkan pengguna. Kemudian limit tersebut juga dapat bertambah seiring dengan keaktifan pengguna dalam bertaransaksi dan juga ketepatan waktu dalam membayar tagihan di shopee *paylater* disetiap bulannya.³³

4. *Cash On Delivery*

a. Pengertian *Cash On Delivery* (COD)

Cash on delivery adalah transaksi keuangan di mana pembayaran produk\jasa yang diterima dilakukan pada saat pengiriman datang ketempat yang dituju. Jual beli secara COD adalah jual beli dimana si penjual dan si pembeli berjanji untuk bertemu disuatu tempat. Kemudian si penjual menyerahkan barang, dan si pembeli menerima barang tersebut.³⁴

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembayaran COD adalah metode pembayaran dimana pembeli dapat membayar pesanannya secara tunai pada saat pesanan telah sampai di alamat yang ditunjukkan, yang mana pembayarannya tidak terjadi antara penjual dan pembeli melainkan dengan perantara pihak ketiga dimana pihak ketiga merupakan jasa titip barang atau kurir.

Dan dalam jual beli *e-commerce* dengan sistem COD penjual

³³ Retno Dewi Ulfa dan Lina Kushidayanti, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pinjaman Shopee *Paylater*," *Journal Ofsharia Econoic Law*, vol. 5, No. 2 (2022):hlm. 217-218

³⁴J. Setyaji dan Agus W, *Jualan Laris dan Beli Aman Buat Angan-Angan di Forum Jual\Beli Kaskus* (Jakarta: Media Kita, 2011), hlm. 41.

akan memuat produk yang akan dijualnya melalui foto produknya dengan mencantumkan spesifikasi barang, harga, dan nomor penjual.

b. Mekanisme *Cash On Delivery* (COD)

Mekanisme *cash on delivery* (COD) di e-commerce dewasa ini memunculkan berbagai permasalahan, sederet video viral terus bermunculan yang mana di dalamnya tergambar perdebatan antara pembeli dengan kurir. Dilansir dari berbagai video yang ada, terlihat bahwa permasalahan yang sering dijumpai adalah pembeli merasa tidak puas dengan produk yang diterimanya, lantaran barang yang datang tidak sesuai. Sehingga pembeli sebagai penerima paket ingin menembalikan atau membatalkan pesanan tersebut. Akan tetapi kurir sebagai rekan tidak bisa menjelaskan permasalahan itu, karena tugasnya hanya mengantarkan kemudian si penerima paket membayar sebesar uang yang telah disetujui sebelumnya antara pembeli dan penjual sebelum melakukan pemesanan.³⁵

c. Perspektif Islam Tentang *Cash On Delivery*

Akad COD bisa menjadi sah jika, penjual dan pembeli sama sama paham dan manut kepada hukum muamalah dalam islam, dimana COD dilakukan ketika mereka berjumpa, pembicaraan via *online* sebelumnya belum dianggap telah terjadinya akad, itu hanya sekedar janji, ingin membeli jika kesepakatan dan barang sesuai dengan yang diinginkan.,

³⁵Lailatul Usuma Jatri, Novita Renawati, dkk, "Urgensi Pengadaan Regulasi Mengenai Cash On Delivery(COD) Online Shop Berbasis Asas Kepastian Hukum," *Jurnal Al-Hukum Islamic Law Dan Contemporary Issues*, Vol. 2, No. 1 (2021): hlm. 43-44.

oleh karena itu dengan berjumpa akan nampak kerelaan antara kedua belah pihak, dengan demikian bahwa COD hanya bisa dilakukan oleh penjual yang wilayahnya berdekatan dengan pembeli sehingga memungkinkan kedua belah pihak berjumpa dan dan memiliki hak *khiyar* (opsi) untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi apabila ada sesuatu yang tidak diinginkan seperti barang menyalahi spek, cacat atau rusak.

Tapi jika COD yang dilakukan dengan jarak jauh dan kedua belah pihak tidak dapat berjumpa dan tidak memiliki hak *khiyar*, lalu akad dianggap sudah pinal ketika penjual dan pembeli melakukan akad secara *online*, dan kedua belah pihak belum memberikan hak kepada masing masing seperti barang dari penjual harga dari pembeli, transaksi inilah yang disebut oleh Rasulullah SAW dengan istilah *alqali bil qali*, yaitu jual beli tidak secara tunai atau terhutang, dan COD seperti inilah yang dilarang di dalam islam dan akad tersebut menjadi rusak alias batal.³⁶

5. Perilaku Konsumsi

a. Pengertian Konsumsi

- 1) Menurut T. Gilarso Memahami konsumsi adalah tahap awal dari tujuan terakhir semua latihan ekonomi masyarakat.

³⁶ Dodi Okri Handoko, Tuti Angraini, Dkk, "Analisa Hukum *Cash On Delivery* (COD) Berdasarkan Akad Komersil dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 5 No. 2 (2022):hlm.44

2) Gregory Mankwi Konsumsi adalah penggunaan tenaga kerja dan produk oleh keluarga. Yang dimaksud dengan produk adalah barang dagangan keluarga yang sifatnya kokoh, termasuk perlengkapan, kendaraan, dan barang dagangan tidak kuat, contohnya makanan dan pakaian.

Konsumsi adalah kegiatan manusia untuk menghabiskan atau mengurangi utilitas artinya adalah manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung nilai suatu barang.³⁷ Kebutuhan konsumsi setiap orang berbeda masing-masing memiliki range atau tingkat kebutuhan yang berbeda. Hal ini dapat dibedakan dengan pola konsumsi pada setiap individu, dimana pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu.³⁸

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku manusia sebagai berikut:

(a) Biologis faktor biologis merupakan faktor yang timbul dari dalam diri individu, dimana manusia memiliki banyak sekali kebutuhan diantara kebutuhan tersebut adalah mempertahankan suatu eksistensi diri dan keberlangsungan keturunannya. Maka manusia akan melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan

³⁷ Elpisah, *Pengantar Ekonomi Makro* (Jawa Tengah: CV.Pena Persada, 2020), hlm.55.

³⁸ M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen* (Semarang: Alprin, 2008), hlm. 4-

tersebut. Sehingga hal ini menimbulkan perilaku-prilaku yang akan dilakukan.

(b) Sikap sikap juga merupakan faktor pendorong dalam mempengaruhi penilaian seseorang, sikap ini juga sebuah penilaian atau pendapat terhadap sesuatu atau terhadap seseorang.

(c) Norma sosial Norma sosial menjadi pendorong tingkah laku manusia dimana manusia akan terpengaruh dengan tekanan sosialnya, bahkan norma sosial ini dapat merubah atau mengubah perilaku, nilai dan sikap agar dapat beradaptasi dan diterima oleh individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi.

Konsumsi pada dasarnya adalah mata rantai terakhir dalam rangkaian aktivitas ekonomi tempat diubahnya modal, dan bentuk uang menjadi komoditas-komoditas melalui proses produksi material, seluruh aktivitas produksi, dimana perusahaan mempekerjakan kaum buruh, mengembangkan manajemen produksi, mencetak produk dan kemudian memasarkannya ke konsumen, muara dari seluruh aktivitas ekonomi seperti ini adalah bagaimana produk atau komoditas yang di hasilkan laku dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat.³⁹

b. Kegiatan konsumsi

Kegiatan konsumsi adalah pekerjaan atau kegiatan yang

³⁹Bagong Suyonto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Ppost-Modernisme* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 222.

memakai atau menggunakan suatu produk barang atau jasa yang di produksi atau dibuat oleh produsen. Tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan menjaga kelangsungan hidupnya, dalam melakukan konsumsi, manusia harus selalu mempertimbangkan besarnya pendapatan dan harus selektif. Sebab tujuan utama dari kehidupan manusia adalah mencapai kebahagiaan, baik secara spiritual, material, individual maupun sosial baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek, salah satu indikator sejahtera adalah terpenuhinya kebutuhan material.⁴⁰

Oleh karna itu di perlukan adanya skala prioritas kebutuhan yang di sesuaikan dengan pendapatan. Adapun tujuan dari kegiatan konsumsi adalah mengurangi nilai guna barang dan jasa secara bertahap, memuaskan kebutuhan secara fisik serta secara rohani. Berdasarkan tujuannya konsumsi dapat dibedakan menjadi dua sebagai berikut:

- 1) Konsumsi produktif, yaitu konsumsi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa lain. Contoh pengusaha roti, pengusaha roti ini membeli bahan-bahan dan peralatan untuk membuat roti, sehingga menghasilkan roti yang bila dijual dan akan mendatangkan keuntungan.

⁴⁰ Delima Sari Lubis dan Aliman Syahuri Zein, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Medan : Merdeka Kreasi, 2022), hlm. 1

- 2) Konsumsi konsumtif/akhir, yaitu konsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Contoh pak edi membeli mobil dengan tujuan untuk dipakai sendiri.⁴¹

c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Ada dua faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

1) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku konsumen. Kelompok ini sangat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian dan sering dijadikan pedoman dalam bertingkah laku oleh para konsumen. Sehingga anggota kelompok referensi sering menjadi penyebar dan pengaruh dikalangan generasi muslim milenial atau masyarakat dalam hal selera konsumsi, sehingga menyebabkan sebagian kalangan masyarakat mengikuti selera mereka dan menimbulkan keseragaman dalam perilaku konsumsi di kalangan generasi muslim milenial.

2) Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen,

⁴¹ Puji Rahayu, *Pelaku Kegiatan Ekonomi* (Semarang: Alprin, 2019), hlm. 3-5.

yaitu motivasi, persepsi, gaya hidup, sikap, kepribadian, dan belajar. Belajar adalah perubahan dalam seorang individu yang bersumber dari pengalaman. Perilaku manusia sering diperoleh dari mempelajari sesuatu atau pengalaman.

d. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Islam merupakan turunan dari kata *salima* yang artinya bersih dan selamat dari kecacatan, atau sempurna. Islam dapat juga terambil dari *assilmu* yang berarti perdamaian dan keamanan. Dari kata ini juga dibentuk kata *aslama* yang berarti menyerah, tunduk, patuh dan taat. Berdasarkan pengertian islam secara etimologi dan ungkapan Allah dalam Al-qur`an, islam dapat dipandang dalam dua makna yaitu, pertama: islam sudah menjadi agama yang dibawa sejak Nabi Adam a.s sampai kepada Nabi Muhammad SAW, karena pada hakekatnya semua para rasul mengajarkan kepatuhan dan ketundukan hanya kepada Allah SWT. Kedua islam adalah risalah yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW yang berisi seperangkat ajaran akidah, ibadah dan akhlak.

Pengertian islam secara terminologis adalah kaidah hidup yang diturunkan manusia sejak manusia digelar kemuka bumi, dan terbina dalam bentuknya yang terakhir dan sempurna dalam al- qur`an yang suci yang diwahyukan tuhan kepada nabinya yang terakhir, yakni Nabi Muhammad SAW, satu kaidah hidup yang memuat tuntunan yang jelas dan lengkap mengenai aspek hidup manusia, baik spritual dan

material⁴²

Pada hakikatnya manusia adalah *homo economicus*, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi, *homo economicus* merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai keinginan atau tujuan tertentu. Dalam ekonomi islam tujuan ekonomi islam adalah memaksimalkan masalah.

Dalam islam konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan, peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai tindakan guna megurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang.⁴³ Adapun dasar hukum konsumsi dalam islam terdapat dalam al-qur`an surah al-A`raf ayat 31

يَبْنَیْ اَدَمَ خُدُوْا زَیْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ ۝

Artinya: *hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap memasuki mesjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan, ssungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih.*⁴⁴

Ayat ini diisampaikan kepada seluruh ummat manusia yang

⁴² Nurhasanah Bakhtiar, *Pendidikan Agama Islam* (Riau: Aswaja Pressindo, 2013), hlm. 12-13.

⁴³ Aldila Septiana, *Analisis Prilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam*, hlm. 4-5.

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur`An Surah Al-A`raf Ayat 31*.

pada sejarahnya adalah anak adam, kemudian ada pembatasan seruan untuk para ummat yang hanya menjadikan mesjid sebagai tempat ibadah. Termasuk juga seruan untuk makan dan minum “*wakulu wa-syarobu*” jika saat memakai pakaian indah harus sopan dan indah, maka saat makan dan minum harus tetap bijak dengan tidak berlebih-lebihan. Berlebih-lebihan merupakan perbuatan yang dapat merugikan manusia dalam jangka panjang.⁴⁵

Dari ayat diatas tersebut dijelaskan bahwa sikap berlebih-lebihan termasuk dalam berkonsumsi merupakan ciri-ciri dari perbuatan syetan atau juga merupakan israf dan tabzir artinya menghambur-hamburkan harta.

Pengertian konsumsi dalam ekonomi islam adalah memenuhi kebutuhan hak jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaanya sebagai hamba allah swt. Untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam melakukan konsumsi maka perilaku konsumen terutama muslim harus didasarkan pada syariah islam.

e. Sifat kebutuhan dalam islam

Dalam melakukan kegiatan konsumsi, islam telah mengaturnya secara baik. Perilaku konsumsi islam membedakan konsumsi yang dibutuhkan dalam islam disebut kebutuhan hajat dengan konsumsi yang diinginkan atau disebut syahwat.

⁴⁵ Dwi Swiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, hlm. 150-151.

Konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan atau konsumsi yang bersifat hajat ini dapat dibagi tiga sifat yaitu:

- 1) Kebutuhan (hajat) yang bersifat *dhoruriyat* yaitu kebutuhan dasar di mana apabila tidak terpenuhi maka kehidupan termasuk dalam kelompok fakir seperti sandang, pangan, papan, nikah, kendaraan, dan lain-lain.
- 2) Kebutuhan (hajat) yang bersifat *hajiyat* yaitu pemenuhan kebutuhan (konsumsi) hanya untuk mempermudah atau menambah kenikmatan seperti makan dengan sendok, kebutuhan ini bukan merupakan kebutuhan primer.
- 3) Kebutuhan (hajat) yang bersifat *tahsiniyat* yaitu kebutuhan diatas hajiyat dan dibawah tabjir, atau kemewahan.⁴⁶

6. Generasi Milenial

Generasi milenial biasanya disebut sebagai generasi Y. Pengelompokan ini adalah sebenarnya dihitung dari tahun lahir dan generasi milenial bisa perwakilan dari orang yang lahir pada rentang 1981-1996, sedangkan mereka yang lahir pada tahun 1997 dikelompokkan kedalam generasi Z. Karakter generasi milenial adalah mulai dari cara kerja yang cepat, berbagai informasi bermanfaat di media sosial selain itu karakter generasi milenial lainnya adalah percaya diri dan haus akan perhatian, di era ini selain komputer, internet juga sudah menjadi hal yang

⁴⁶Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam* (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), hlm. 34-35.

lumrah, bahkan generasi milenial bisa dikatakan tidak bisa hidup tanpa internet.⁴⁷

Generasi milenial merupakan kalangan yang tidak ingin tertinggal dalam hal produk terkini, dan generasi milenial adalah orang-orang yang terlahir antara awal 1980an dan awal 2000an. Mereka mewakili generasi muda yang terlahir di dunia global yang memiliki interdependensi dan keterlibatan global. Informasi tren dan gaya hidup mudah di akses di media massa maupun memengaruhi perilaku konsumen yang cenderung ingin mengikuti karena ingin diterima lingkungan pergaulan mereka.⁴⁸ mereka juga disebut dengan *the me me me generation* karena mementingkan dirinya sendiri. Mereka disebut juga dengan *the net generation* karena menjadi penentu diabad milenium dimasa depan.⁴⁹

Dari defenisi diatas dapat peneliti simpulkan bahwa dari pengertian generasi milenial adalah sekelompok atau generasi *gedget* dimana generasi sekarang dengan mudah melakukan sesuatu, apa saja yang disebabkan dengan perkembangan jaman, baik dalam melaksanakan belajar, ojek online, makanan siap antar, bahkan berbelanja.

⁴⁷ Sarmiana batubara, Ihdhi Aini, dkk, "Determinants Of Milenial Generations Interest In Using Mobile Banking". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol.9, No.2 (2021): hlm. 171.

⁴⁸Indriya, Hasna Faza, dkk, "Prilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Islamic Fashion," *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, Vol. 4, No. 1 (2020): hlm. 94.

⁴⁹Jeane Marie Tulung, dkk, *Generasi Milenial* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), hlm.5.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai perbandingan dalam menganalisis variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel II. 1

No	Judul penelitian	Nama peneletian	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Pengaruh metode pembayaran cash on delivery(COD) terhadap perilaku konsumsi masyarakat kelurahan kampung baru, dumai dalam prespektif ekonomi syariah	Jumaida pulungan	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembayaran memiliki pengaruh terhadap prilaku konsumsi baik pemenuhan <i>syahwat</i> dan <i>hajat</i> msyarakat.
2.	Pengaruh metode pembyaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian di zalora <i>online shopping</i>	Handyani	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat metode pembayaran dan mudahnya transaksi keputusan pembelian pada zalora <i>online shopping</i> .
3.	Pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen	Aneke nurdian dwi sari	Deskriptif	Prilaku konsumen dalam islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah

				manifestasi zikir dirinya atas nama allah.
4.	Pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopeepay later “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa uin raden intan lampung dalam prespektif bisnis syariah	Sonia aftika	Kuantitatif	Tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan sstem pembayaran shopeepay later terhadap prilaku konsumtif mahasiswa uin raden intan lampung dengan tingkat pengaruh 34,4%

Persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu diatas dengan penelitian ini dipaparkan sebagai berikut;

Persamaan penelitian ini dengan penelitian jumaida pulungan terdapat pada variabel dependennya yaitu perilaku konsumsi sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independennya, yang dimana penelitian jumaida pulungan variabel independennya *cash on delivery* saja sementara dalam penelitian ini variabel independennya shopee *paylater* dan *cash on delivery*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Handayani terdapat pada variabel independennya yaitu metode pembayaran, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel dependennya yaitu keputusan pembelian sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah perilaku konsumsi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aneke Nurdian Dwi

Sari terdapat pada variabel dependennya yaitu perilaku konsumen sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independennya, yang dimana penelitian Aneke Nurdian Dwi Sari variabel independennya adalah penggunaan elektronik sementara dalam penelitian ini variabel independennya yaitu *shopee paylater* dan *cash on delivery*.

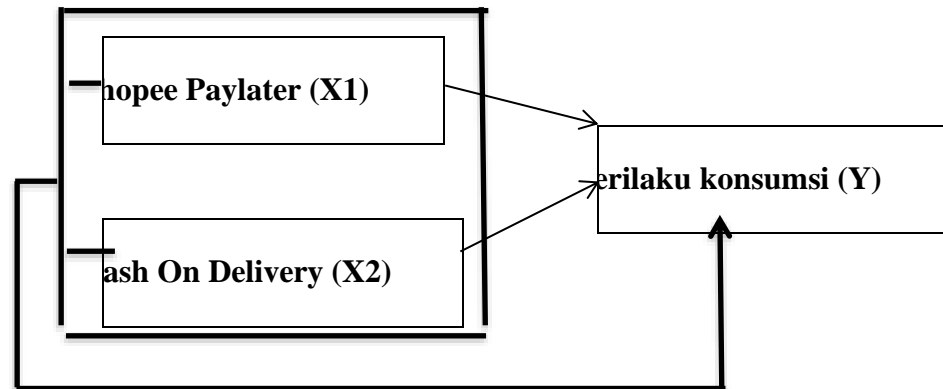
Persamaan penelitian ini dengan penelitian sonia aftika terdapat pada variabel dependennya yaitu perilaku konsumtif sementara perbedaan penelitian sonia aftika dengan penelitian ini adalah terdapat pada variabel independennya dimana variabel independen penelitian sonia aftika yaitu sistem pembayaran *shopee paylater* saja sedangkan variabel independen penelitian ini adalah *shopee paylater* dan *cash on delivery*.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir yaitu secara garis besar logika berjalannya menjelaskan tentang keterkaitan setiap variabel, atau sesuatu model konseptual tentang bagaimana teori tersebut berhubungan dengan faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah dalam penelitian.⁵⁰

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm. 88.

Gambar II.1
Skema Kerangka Pemikiran Penelitian



Keterangan:

Hubungan Secara Parsial Yaitu: \longrightarrow

Hubungan Secara Simultan Yaitu: \longrightarrow

Kerangka pikir yang terdapat pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu shopee paylater (X1) dan cash on delivery (X2), sementara yang menjadi variabel terikat yaitu perilaku konsumsi (Y).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks oleh karena itu perumusan hipotesis menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian.⁵¹ Berikut hipotesis penelitian ini, yaitu:

1. H_{a1} : Terdapat pengaruh shopee *paylater* terhadap perilaku konsumsi.

H_{O1} : Tidak terdapat pengaruh shopee *paylater* terhadap perilaku konsumsi

⁵¹ Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 40.

2. H_{a_2} : Terdapat pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi

H_{O_2} : Tidak terdapat pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi.

3. H_{a_3} : Terdapat pengaruh *shopee paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi

H_{O_3} : Tidak terdapat pengaruh *shopee paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Padangsidempuan, adapun waktu penelitian ini dilakukan pada 10 Mei sampai dengan 1 Juli 2023.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang berupa data, angka yang diangkat. Data kuantitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati.⁵²

C. Populasi dan sampel

Populasi adalah kesatuan dari bagian yang akan diamati. Populasi adalah sekelompok orang, hewan, tumbuhan, nilai, gejala, peristiwa, dan individu lain yang memiliki karakteristik dan sifat tertentu yang digunakan peneliti untuk memahaminya dan menarik kesimpulan.⁵³ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial Padangsidempuan.

Sampel adalah bagian dari populasi, karakter populasi yang dapat digunakan sebagai perwakilan dari keseluruhan. Sampel yang memiliki aspek validitas dan dapat mewakili populasi. Bahwa pengambilan sampel dapat digunakan sampai batas tertentu dengan analisis yang ada. jenis

⁵²Irwan Saleh Dalimunte, Tatta Herawati Daulae, dkk, *Panduan Penulisan Skripsi* (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2018), hlm. 31.

⁵³ Ibid, Ahmad Nijar, hlm. 46

sampel yang dipakai merupakan *purposive samplig*. *Purposive sampling* yaitu suatu pengumpulan sampel dengan karakteristik tertentu.⁵⁴ Kriteria responden yang telah ditetapkan pada penelitian ini yaitu:

1. Generasi milenial
2. Responden merupakan pengguna *shopee paylater*.
3. Responden merupakan pengguna COD.
4. Responden Mahasiswa UINSYAHADA.
5. Responden beragama islam.

Untuk menentukan besar sampel menurut slovin untuk mendapatkan sampel terkecil, digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Jumlah populasi

e = Peresentase Kelonggaran Ketelitian Karena Kesulitan Penetapan Sampel.

Tabel III.1
Jumlah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Ad-dary Padangsidimpuan.

Jumlah Mahasiswa	Tahun
3647	2019
5203	2020
6740	2021
8512	2022
Jumlah keseluruhan= 24102	

Sumber data: PDDikti.⁵⁵

⁵⁴ Ibid, Ahmad Nijar, hlm. 47

Populasi penelitian ini sebanyak 24102 generasi milenial dikota padangsidimpuan dengan eror 10% karena dikatakan mampu mewakili populasi penelitian. Maka diperoleh sampel.

$$n = \frac{24102}{1+24102 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{24102}{1+24102 \times 0,01}$$

$$n = \frac{24102}{242.02}$$

$$n = 99,59504132$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang diambil saat penelitian menghasilkan sebanyak 100 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumbernya data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari lapangan. Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner/ Angket

Angket merupakan sebuah metode yang digunakan oleh seorang peneliti yang dapat mengumpulkan suatu data dengan cara menyebarkan beberapa lembar kertas yang berisi pertanyaan-

⁵⁵ Pangkalan Data Pendidikan Tinggi [https:// pddikti.kemdigbud.go.id/data_pt/REEODA2NjktNTg3MyOOREM4LTgxRTctMjFFRDlyQzIENUZE](https://pddikti.kemdigbud.go.id/data_pt/REEODA2NjktNTg3MyOOREM4LTgxRTctMjFFRDlyQzIENUZE) di Akses Pada Senin 8 Mei Jam 11: 20 WIB.

pertanyaan atau kuesioner yang harus dijawab oleh responden.⁵⁶ Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang determinan perilaku konsumsi islam generasi muslim milenial tentang penggunaan sistem pembayaran shopeepay later dan cash ondelivery, cara pengukuran dengan menggunakan skala likert dengan menghadapkan seorang responden untuk memberi jawaban “ sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat setuju”.

Tabel III.2
Penetapan skor skala alternatif atas jawaban kuesioner

Alternatif jawaban	Skor sifat pernyataan	Kategori jawaban
A	5	Sangat setuju
B	4	Setuju
C	3	Tidak setuju
D	2	Netral
E	1	Sangat tidak setuju

2. Wawancara

Wawancara adalah langsung berbicara kepada objek, atau informal yang berfokus dimulai dari pertanyaan umum dalam area yang luas pada penelitian wawancara ini bersifat fleksibel dan memungkinkan peneliti mengikuti minat dan pemikiran partisipan wawancara dengan bebas, kemudian peneliti dapat untuk menghemat waktu melalui dengan cara wawancara.⁵⁷

3. Dokumentasi

Informasi juga dapat didapatkan dari fakta-fakta yang tersimpan

⁵⁶ Kun Mayanti dan Juju Suriyawati, *Sosiologi* (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 130.

⁵⁷ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Press, 2014), hlm. 122.

dalam bentuk surat, lembaran-lembaran dan dokumentasi. Data berupa dokumen dapat dipergunakan sebagai alat untuk menggali informasi yang lebih jelas lagi tentang penelitian yang dilakukan,

E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar dan tidak ada kesalahan didalam menyimpulkan. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang sebenarnya hendak di ukur. Untuk melakukan validasi, bisa metode yang digunakan adalah metode korelasi produk momen yaitu yang membandingkan skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, dengan rumus:

- a) jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) jika $r_{hitung} < r_{table}$ instrumen atau item- item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁵⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk

⁵⁸ Aziz Alimul N Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas Realibilitas* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm. 12.

menetapkan apakah instrumen dapat digunakan lebih dari satu kali, paling baik oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Nilai koefisien yang baik adalah 0,6 pengukuran reliabilitas mutlak dilakukan karna jika instrumen yang digunakan sudah valid dan reliabe, maka dipastikan hasil yang dimiliki konsistensi penelitiannya tidak akan valid dan reliabe.⁵⁹

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses atau upaya untuk mengolah data menjadi informasi yang baru. proses ini cukup penting agar karakteristik data bisa menjadi lebih mudah untuk kita mengerti dan berguna sebagai solusi untuk permasalahan khususnya yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data ini dilakukan peneliti untuk mengelola data yang telah dikumpulkan dilapangan selama proses penelitian ini dilakukan melalui SPSS, adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik perhitungan yang mampu menggambarkan atau mampu mendiskripsikan objek penelitian, guna untuk mengetahui data sampel maupun populasi tidak harus melaksanakan ataupun mengolah kesimpulan untuk tujuan umum.

2. Uji Normalitas

⁵⁹ Umar Husein, *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis Salembaempat* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 54.

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya dalam uji normalitas menggunakan metode *one sample kolmogorov-smirnov* dengan kriteria pengujinya sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan nilai residual berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan nilai residual berdistribusi normal.⁶⁰

3. Uji Linearitas

Sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear berganda, biasanya dilakukan uji linearitas. Uji linearitas adalah peningkatan atau penurunan kuantitas pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan anova sebagai uji linearitas. Jika nilai signifikan pada *linearity* $> 0,1$ maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y dan sebaliknya jika $< 0,1$ tidak terdapat hubungan yang linear.⁶¹

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi antara variabel dan

⁶⁰ Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Jakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 64.

⁶¹ Jubilee Enterprise, *SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 43.

untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, biasanya dilakukan uji asumsi klasik.

a) Uji multikolinearitas

Uji ini dilakukan bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam satu model regresi linear berganda. Tidak adanya multikolinearitas menjadi prasyarat yang harus dipenuhi dalam satu model regresi. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $>0,1$ dan nilai VIF <10 .⁶²

b) Uji Heterokedastisiitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui variabel pengganggu dan persamaan regresi mempunyai varians yang sama atau tidak. Jika mempunyai varians yang sama, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas. Salah satu teknik yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*.

Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,10 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶³

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

⁶²Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 383.

⁶³ *Ibid*, hlm. 346.

Nilai koefisien determinasi R^2 menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 sampai dengan 1. Semakin tinggi nilainya maka menunjukkan semakin eratnya hubungan antara variabel dengan variabel terikat. Sebagai contoh nilai $R^2 = 0,90$ dapat diartikan bahwa 90% rata-rata variasi variabel terikat dijelaskan oleh rata-rata variasi variabel bebas.⁶⁴

6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda (R) digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Regresi linear berganda bertujuan untuk melihat pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen yakni penggunaan *shopee paylater* dan *cash on delivery* terhadap variabel dependen yakni perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidimpuan.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumsi

a : Konstanta

b_1 : Koefisien untuk variabel penggunaan *shopee paylater*

b_2 : Koefisien untuk variabel *cash on delivery*

⁶⁴ Jaka Sriyana, *Metode Regresi Data Panel* (Jakarta: Ekonisia, 2014), hlm. 53.

X_1 : *Shopee paylater*

X_2 : *Cash on delivery*

7. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel yang dapat digunakan dengan menghitung korelasi antara variabel. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh penggunaan sistem pembayaran *shopee paylater* dan *cash o delivery* yang mempengaruhi perilaku konsumsi generasi milenial mahasiswa febi UIN syahada padangsidempuan, maka digunakan tingkat signifikan 0,1.

Dengan kriteria ujinya adalah:

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

(2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁶⁵

b) Uji Simulatif (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hipotesis secara simultan. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk menentukan $F_{tabel} = F_{(a)(dka,dkb)}$, dimana a yang digunakan sebesar

⁶⁵Dwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 36.

0,10, dka adalah jumlah variabel bebas atau pembilang dan dkb adalah $n-m-1$ (penyebut). Dimana n adalah jumlah sampel dan m jumlah variabel independen.⁶⁶

Perhitungan F_{hitung} menggunakan SPSS dapat dilihat pada hasil perhitungan Linear Regression yang menghasilkan tabel anova pada bagian nilai F. Setelah F_{hitung} diperoleh maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- (1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁶⁷

⁶⁶Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 49.

⁶⁷ Muhammad Firdaus, hlm. 304 .

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Secara historis, Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) Padangsidempuan memiliki akar sejarah yang sudah cukup panjang dengan perubahan demi perubahan, hal ini disampaikan rektor UIN Syahada Padangsidempuan Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag, saat diwawancarai usai memimpin wisuda sarjana dan pasca sarjana Uin Syahada Padangsidimpun tahun ajaran 2023, sabtu 6 Mei 2023.

Rektor menjelaskan, cikal bakal UIN Syahada Padangsidempuan dimulai pada tahun 1962 dengan nama perguruan tinggi Nahdlatul Ulama (PERTINU) yang pada saat itu hanya memiliki satu Fakultas yakni, Fakultas syariah. Setahun kemudian pada tahun 1963 Fakultas Tarbiyah dibuka secara resmi dibuka dan menerima Mahasiswa pertama sejumlah 11 orang, sehingga pada tahun 1965, PERTINU menambah satu Fakultas lagi yakni Fakultas Ushuluddin. Setelah adanya tiga Fakultas dan didorong keinginan hendak membuka fakultas-fakultas umum lainnya, seperti Fakultas Hukum dan Fakultas Pertanian. Maka timbullah ide untuk

memperluas PERTINU menjadi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatra Utara (UNUSU).

Pada tahun 1968, salah satu fakultas UNUSU, yaitu Fakultas Tarbiyah berubah menjadi Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) imam bonjol cabang Padangsidimpun. Sejalan dengan didirikannya IAIN Sumatra Utara Medan pada tahun 1973 maka fakultas tarbiyah IAIN imam bonjol Padang cabang Padangsidimpun berubah menjadi fakultas tarbiyah IAIN Sumatra Utara di Padangsidimpun. Pada tahun 1997, selama lebih kurang 24 tahun berjalan, Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatra Utara di Padangsidimpun berubah lagi menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) padangsidimpun. Pada tahun 2013, berubah lagi menjadi IAIN Padangsidimpun.

Dengan peralihan status STAIN Padangsidimpun menjadi IAIN Padangsidimpun belum membuat keluarga besar merasa puas. Perjuangan menaikkan status dan pengembangan lembaga ini menjadi terus dilakukan dan perjuanganpun mulai dilakukan sejak 2020, hingga hasil perjuangan itu pun berubah hasil pada tahun 2022 dengan keluarnya peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 87 tahun 2022 dan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 85 tahun 2022 tentang STATUTA UIN Syahada Padangsidimpun.⁶⁸

⁶⁸ [https:// www.realitasonline.id/kampus/10248710575/perjalanan-uin-syahada-padang-sidimpun-miliki-akar-sejarah-cukup-panjang?page=3](https://www.realitasonline.id/kampus/10248710575/perjalanan-uin-syahada-padang-sidimpun-miliki-akar-sejarah-cukup-panjang?page=3) di akses pada 10 juni 2023, Pukul 20.11 WIB.

2. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan

a. Visi

Menjadi Universitas Islam bertaraf internasional yang memiliki paradigma keilmuan teoantropoekosentris (al- ilahiyah, al- insaniyah, al- kauniyah).

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman, humaniora, sosial dan alam berbasis.
- 2) Mengembangkan penelitian ilmu-ilmu keislaman, humaniora, sosial, dan alam berbasis.
- 3) Menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, kemoderenan, keindonesiaan, dan kearifan lokal untuk pengabdian dan pemberdayaan masyarakat.
- 4) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola yang efektif, efisien, transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
- 5) Mengembangkan jaringan kerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan, penelitian, sosial keagamaan, dan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional dan internasional.

- 6) Membangun transformasi terencana menuju Universitas Islam bertaraf internasional.⁶⁹

3. Program Studi di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan

- 1) Pendidikan Agama Islam (PAI)
- 2) Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
- 3) Tadris Matematika (TMM)
- 4) Tadris Bahasa Inggris (TBI)
- 5) Pendidikan Profesi Guru (PPG)
- 6) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
- 7) Pendidikan Anak Usia Dini (PIAUD)
- 8) Tadris Bahasa Indonesia
- 9) Fisika
- 10) Kimia
- 11) Sosiologi
- 12) Biologi

c. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

- 1) Ekonomi Syariah
- 2) Perbankan Syariah
- 3) Manajemen Akuntansi
- 4) Akuntansi Syariah

⁶⁹ <https://www.uinsyahada.ac.id/visi-misi-dan-tujuan/> di akses pada 14 juni 2023, Pukul 13.30 WIB.

- 5) Manajemen Keuangan Syariah
- d. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
 - 1) Manajemen Dakwah
 - 2) Komunikasi Penyiaran Islam
 - 3) Bimbingan Konseling
 - 4) Pengembangan Masyarakat Islam
- e. Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum
 - 1) Hukum Ekonomi Syariah
 - 2) Hukum Tata Negara
 - 3) Ahwalu Al-Syakhsiyah
 - 4) Ilmu Alquran Dan Tafsir
 - 5) Hukum Pidana Islam

4. Gambaran Shopee



Gambar IV.1

Logo shopee,

sumber: www.shopee.co.id/ di akse pada 8 juni 2023, pukul 11.22 WIB.

Shopee merupakan anak perusahaan Sea Group, pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara serentak di 7 negara, yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas, kehidupan para konsumen dan menjadikan lebih baik dengan

teknologi. Sea Group terdapat di NYSE (Bursa Efek New York) dibawah simbol SE.

PT Shopee International Indonesia di dirikan pada 2015, oleh seseorang yang bernama Chirs Feng dan merupakan seorang CEO lulusan terbaik di Singapura.⁷⁰ Area yang dilayani adalah Asia Tenggara. Shopee merupakan sebuah *platfrom* yang dirancang khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat dengan sistem pembayaran yang *logistic* yang kuat. Shopee ini memiliki tujuan untuk terus berkembang menjadi *e-commerce* pilihan utama di Indonesia.

5. Visi dan Misi Shopee

a. Visi

Menjadi mobile *marketplace* nomor 1 di indonesia.

b. Misi

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

B. Deskripsi Data Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah semua konsumsi UIN Syahada padangsidimpun berjumlah 100 orang yang dijadikan sampel penelitian pertimbangan dianggap mampu untuk menjawab kuesioner secara objektif. Pengambilan data primer untuk 100 responden pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner/ angket yang disebar pada konsumen yang pernah membeli produk di shopee.

⁷⁰ <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/> di akses pada 14 juni 2023, Pukul 14. 23 WIB.

Tabel IV.1
Data Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	23 responden	23%
Perempuan	77 responden	77%
Total	100 responden	100%

Sumber data : Data diolah oleh peneliti dari hasil angket, 2023

Berdasarkan tabel IV.1 di atas, secara keseluruhan responden didominasi laki-laki sebanyak 23% yaitu sebanyak 23 orang, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 77% yaitu sebanyak 77 orang.

Tabel IV.2
Responden Berdasarkan Angkatan

Tahun angkatan	Prekuensi	Persentase
2019	58	58%
2020	12	12%
2021	18	18%
2022	12	12%
Total	100	100%

Data diolah : oleh peneliti dari hasil angket, 2023

Berdasarkan tabel IV.2 di atas, kelompok tahun angkatan terbanyak adalah kelompok tahun angkatan 2019, yaitu sebanyak 58 responden dengan persentase 58 persen. Kemudian kelompok tahun angkatan 2020 yaitu sebanyak 12 responden dengan persentase 12 persen, kelompok tahun angkatan 2021 yaitu sebanyak 18 responden dengan persentase 18 persen, dan kelompok tahun 2022 sebanyak 12 dengan persentase 12 persen.

Tabel IV.3
Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Prekuensi	Persentase
FEBI	47	47%
FTIK	28	28%
FDIK	16	16%
FASIH	9	9%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel VI. 3 bahwa data mengenai responden penelitian ini adalah mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan yang pernah berbelanja menggunakan dengan metode shopee *paylater* dan *cash on delivery* melalui *marketpalace* shopee. Pembagian responden berdasarkan fakultas dapat dilihat dari tabel di atas.

C. Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 25 sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesuiner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu apa yang harus diukur oleh kuesuioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu apa yang harus diukur oleh kuesioner. Instrumen harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Variabel X1

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
SP 1	0,542	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk dengan $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
SP 2	0,477		Valid
SP 3	0,442		Valid
SP 4	0,452		Valid
SP 5	0,554		Valid
SP 6	0,601		Valid
SP 7	0,549		Valid
SP 8	0,505		Valid
SP 9	0,542		Valid

Sumber: hasil data output spss 23 (data diolah)

Uji validitas *shopee paylater* pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai *shopee paylater* dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 9 adalah valid. Karena memiliki $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=98$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1654. Sehingga kesepuluh item angket keputusan perilaku kinsumsi dinyatakan valid.

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Variabel X2

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
COD 1	0,783	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
COD 2	0,522		Valid
COD 3	0,654		Valid
COD 4	0,661		Valid
COD 5	0,690		Valid
COD 6	0,385		Valid
COD 7	0,783		Valid

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Uji validitas *cash on delivery* (COD) pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai *cash on delivery* dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 7 adalah valid. Karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=98$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1654. Sehingga kesepuluh item angket

perilaku konsumen dinyatakan valid.

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PK 1	0,787	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
PK 2	0,760		Valid
PK 3	0,543		Valid
PK 4	0,787		Valid

Sumber: hasil output spss 25 (data diolah)

Uji validitas perilaku konsumsi pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai perilaku konsumsi dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 4 adalah valid. Karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=98$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1654. Sehingga kesepuluh item angket perilaku konsumsi dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	9

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa shopee paylater dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* 0,633 $>0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel shopee paylater dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	7

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa *cash on delivery* dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,730 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *cash on delivey* dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

Tabel 1V.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	4

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.9 dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,640 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *cash on delivey* dinyatakan reliabel dan dapat diterima

3. Statistik Deskriptif

Tabel IV.10
Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Shopee Paylater	100	23	41	35.50	3.317
COD	100	21	35	28.90	3.314
Perilaku Konsumsi	100	12	20	16.66	1.810
Valid N (listwise)	100				

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil tabel IV.10 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel shopee *paylater* dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai *mean* 35,50 dengan nilai *minimum* 23 dan nilai *maximum* 41 serta *standard deviation* 3.317. variabel COD dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai *mean* 28,90 dengan nilai *minimum* 21 dan nilai *maximum* 35 serta *standard deviation* 3,314. Variabel perilaku konsumsi dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai *mean* 16,66 dengan nilai *minimum* 12 dan nilai *maximum* 20 serta *standard deviation* 1,810.

4. Uji Normalitas

Tabel IV.11
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov
One- Sample Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23097114
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.047
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
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 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 nilai signifikansi (*Asymp.Sig-Tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat bahwa data berdistribusi normal.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan linear bila signifikan kurang dari 0,10.

Tabel IV.12
Hasil Uji Linearitas Shopee Paylater dengan Perilaku Konsumsi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumsi * Shopee Paylater	Between Groups	(Combined)	117.903	14	8.422	3.466	.000
		Linearity	69.444	1	69.444	28.580	.000
		Deviation from Linearity	48.458	13	3.728	1.534	.122
	Within Groups		206.537	85	2.430		
Total			324.440	99			

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji linearitas antara shopee *paylater* dengan perilaku

konsmsi berdasarkan pada tabel IV.12 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai signifikan (*deviation from linearity*) adalah 0,122. Hal ini menunjukkan $0,122 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pengguna shopee *paylater* dengan perilaku konsumsi terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.13
Hasil Uji Linearitas COD Dengan Perilaku Konsumsi

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsum si * COD	Between	(Combined)	184.387	12	15.366	9.545	.000
	Groups	Linearity	161.973	1	161.973	100.616	.000
		Deviation from Linearity	22.415	11	2.038	1.266	.258
	Within	Groups	140.053	87	1.610		
Total			324.440	99			

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji linearitas antara *cash on delivery* dengan perilaku konsumsi berdasarkan pada tabel IV.13 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai signifikan (*deviation from linearity*) adalah 0,258. Hal ini menunjukkan $0,258 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pengguna *cash on delivery* dengan perilaku konsumsi terdapat hubungan yang linear.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Suatu uji regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai tolerance lebih besar dari nilai 0,1 (nilai tolerance

>0,1) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai <10). Hasil uji multikolinieritas penelitian ini sebagai berikut :

Tabel IV.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.714	1.473		1.842	.069		
Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006	.839	1.191
COD	.339	.041	.621	8.239	.000	.839	1.191

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.14 diatas hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai VIF kedua variabel, yaitu variabel pengguna shopee *paylater* sebesar 1,191 dan variabel *cash on delivery* sebesar 1,191. Hal ini menunjukkan bahwa $1,191 < 10$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

Sementara nilai *tolerance* dari kedua variabel sama yaitu variabel pengguna shopee *paylater* sebesar 0,839 dan variabel *cash on delivery* 0,839. Hal ini menunjukkan bahwa $0,839 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan $<0,10$ maka akan terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan $>0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini menggunakan *spearman's rho*.

Tabel IV.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.468	.880		2.804	.006
	Shopee Paylater	-.026	.025	-.115	-1.049	.297
	COD	-.020	.025	-.089	-.814	.418

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 di atas, hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel shopee paylater sebesar $0,297 > 0,10$, variabel cash on delivery sebesar $0,418 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi liner berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen pengguna shopee *paylater* (X1) dan *cash*

on delivery (X2) terhadap variabel dependen perilaku konsumsi. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software statistic* adalah sebagai berikut:

Tabel IV.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.714	1.473		1.842	.069
	Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006
	COD	.339	.041	.621	8.239	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.16 di atas, hasil analisis regresi linear berganda yang terdapat pada tabel diperoleh koefisien untuk variabel pengguna *shopee paylater* sebesar 0,117 sedangkan untuk *cash on delivery* sebesar 0,339 dengan nilai konstanta sebesar 2,714, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PK = 2,714 + 0,117 SP + 0,339 COD + e$$

Keterangan :

PK : Perilaku Konsumsi

SP : *Shopee Paylater*

COD : *Cash On Delivery*

e : *Prediction error*

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 2,714 hal ini menyatakan bahwa jika variabel penggunaan shopee paylater dan cash on delivery dianggap konstan atau nilainya nol, maka perilaku konsumsi islam generasi milenial Padangsidimpuan adalah sebesar 2,714 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi shopee paylater sebesar 0,117 menyatakan bahwa setiap kenaikan faktor shopee paylater sebesar 1 satuan akan meningkatkan perilaku konsumsi sebesar 0,117 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien regresi variabel shopee paylater mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenian Padangsidimpuan dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,117 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi cash on delivery sebesar 0,339 menyatakan bahwa setiap kenaikan cash on delivery sebesar 1 satuan akan meningkatkan perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidimpuan sebesar 0,339 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien regresi variabel cash on delivery mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidimpuan dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,339.

8. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.528	1.244

a. Predictors: (Constant), COD, Shopee Paylater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.17 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R *square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0,538 atau 53,8 persen. Hal ini berarti variabel penggunaan shopee paylater dan cash on delivery dalam menjelaskan atau memprediksi variabel perilaku konsumsi pada generasi muslim milenial padangsidempuan sebesar 0,538 atau 5,38 persen sedangkan sisanya yaitu 46,2 persen dijelaskan atau diprediksi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel IV.18
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.714	1.473		1.842	.069
Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006
COD	.339	.041	.621	8.239	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil dari uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel IV.18 di atas dapat berpengaruh setiap variabel dimana nilai T_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 100 - 2 - 1 = 97$.

Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05) diperoleh T_{tabel} sebesar 1,660.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

- 1) Variabel shopee paylater memiliki nilai T_{hitung} 2,838 sedangkan T_{tabel} 1,660. Sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ (2,839 > 1,660). Maka H_{a1} diterima H_{o1} ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa shopee paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada generasi muslim milenial padang simpuan.

2) Variabel *cash on delivery* memiliki nilai T_{hitung} 8,239 sedangkan T_{tabel} 1,660. Sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ (8,239 > 1,660). Maka H_{a2} diterima H_{o2} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *cash on delivery* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan.

b. Uji Simulatif (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Adapun hasil *output* dari uji F sebagai berikut :

Tabel IV.19
Hasil Uji Simulatif (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.426	2	87.213	56.393	.000 ^b
	Residual	150.014	97	1.547		
	Total	324.440	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), COD, Shopee Paylater

Sumber: hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.19 diatas dapat dilihat nilai F_{tabel} untuk nilai signifikan 0,1 dengan *regression* $df_1 = k-1$ atau $3-1= 2$ (k jumlah variabel) dan residual $df_2 = 100-2-1= 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,36.

Dari hasil uji signifikan simulatif (uji F) diatas bahwa

nilai F_{hitung} sebesar 56,393 sedangkan F_{tabel} 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($56,393 > 2,36$) maka H_{a3} diterima H_{o3} ditolak, sedangkan nilai untuk nilai sig. Sebesar 0,000 sehingga nilai sig $< 0,01$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa shopee paylater dan cash on delivery berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumsi generasi milenial padangsidempuan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh shopee *paylater* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan. Setelah peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada generasi muslim milenial yaitu mahasiswa UIN syahada padangsidempuan dan memperoleh data dari para responden yang diolah dengan menggunakan spss versi 23 sebagai berikut:

$$PK = 2,714 + 0,117 SP + 0,339 COD + e$$

1. Pengaruh faktor shopee *paylater* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan.

Hasil penelitian variabel shopee *paylater* (X1) terhadap perilaku konsumsi, memiliki nilai koefisien regresi shopee *paylater* sebesar 0,117 menyatakan bahwa setiap kenaikan faktor shopee *paylater* sebesar 1 satuan akan meningkatkan perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan sebesar 0,117 satuan dengan asumsi

variabel independen lainnya tetap.

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai $T_{hitung} 2,838 > T_{tabel} 1,660$ sehingga H_{a1} diterima. Sedangkan nilai signifikan variabel *shopee paylater* sebesar 0,006 yang berarti lebih kecil dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa *shopee paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.

Penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh peneliti Jumaida Pulungan dengan judul pengaruh metode pembayaran *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi masyarakat kelurahan kampung baru dumai dalam perspektif ekonomi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumsi.

2. Pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidmpuan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi *cash on delivery* (X2) sebesar 0,339 menyatakan bahwa setiap kenaikan *cash on delivery* sebesar 1 satuan akan meningkatkan perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan sebesar 0,339 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai $T_{hitung} 8,239 > T_{tabel}$

1,660 sehingga H_a diterima. Nilai signifikan variabel *cash on delivery* sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan.

Dari hasil yang telah ditemukan dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melly Sekarwangi, yang mengatakan bahwa reliugisitas dan persepsi resiko terhadap pengguna shopee *paylater* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater* pada generasi milenial di kota Semarang.

3. Pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan

Dari hasil uji F dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 56,393 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,36. Maka dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi milenial Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sonia Aftika yang berjudul pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee *paylater* “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah menyatakan bahwa secara simultan, shopee *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan persentase 34,4% sedangkan 65,6% dipengaruhi oleh

variabel lain.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin.

Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu *shopee paylater* dan *Cash On delivery* sementara masih banyak lagi variabel lain yang dapat diteliti. Seperti pembayaran *Brand Ambassador (BA)*, *Buy 1Get 1*, pinjaman uang elektronik serta *flash sale*, *Gratis Onkir* dan lain-lain.
2. Populasi yang dijadikan bahan penelitian generasi muslim milenial yang dimaksud generasi muslim milenial adalah mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan dengan sampel mahasiswa UIN syahada padangsidempuan angkatan 2019, 2020, 2021, 2022.
3. Dalam menyebarkan kuesioner/ angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh. Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian ini agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak

skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan mengenai pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh shopee *paylater* secara parsial terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,838 > 1,660), maka H_{a1} diterima.
2. Terdapat pengaruh *cash on delivery* secara parsial terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,239 > 1,660), maka H_{a2} diterima.
3. Terdapat pengaruh shopee *paylater* dan *cash on delivery* terhadap perilaku konsumsi generasi muslim milenial Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian menghasilkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (56,393 > 2,36), maka H_{a3} diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang di dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Shopee

Bagi Shopee dapat digunakan untuk mempertimbangkan target

marketing agar mendapatkan penjualan yang lebih baik lagi. Dalam melakukan metode –metode pembayaran yang lebih relevan serta sesuai dengan prinsip maqhosid syariah karna di dalam penelitian sangat berpengaruh untuk mencapai suksesnya strategi penjualan dalam PT Shopee.

2. Bagi Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bentuk sumbangan, agar para mahasiswa dapat lebih mudah untuk memperoleh pengetahuan mengenai shopee *paylater* dan *cash on delivery* dan memperoleh hasil yang lebih akurat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang digunakan sebagai referensi dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini Seperti pembayaran *Brand Ambassador* (BA), *Buy 1 Get 1*, *Pinjaman Online* dan lain sebagainya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Bagi Peneliti

Bagi peneliti sendiri, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu membuat peneliti lebih luas lagi pengetahuannya dan ke depannya lebih baik lagi di dalam melakukan penelitian.

DATAR PUSTAKA

- Abaut. *https:// Careers. Shopee.co.Id*. Diakses Pada Tanggal 2 Januari 2023, Pukul 10:17 WIB.
- Ah Khairul Wafa. “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap ShopeePay Later.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No.1 (2020).
- Ahmad Nizar. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Aldila Septiana. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2017.
- Ariyadi. *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018.
- Aziz Alimul N Hidayat. *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas Realibilitas*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Bagong Suyonto. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Ppost-Modernisme*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Darwis Harahap, Arbanur Rasyid, dkk. *Fiqih Muamalah 1*. Medan: Merdeka Kreasi, 2021.
- Delima Sari Lubis dan Aliman Syahuri Zein, *Pengantar Ekonomi Islam*, Medan : Merdeka Kreasi, 2022.
- Dodi Okri Handoko, Tuti Angraini, Dkk, “Analisa Hukum Cash On Delivery (COD) Berdasarkan Akad Komersil dalam Ekonomi Islam”, *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 5 No. 2 2022.
- Dwi Priyanto. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- . *SPSS 22 Pengolahan Data Paktis*. Jakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Dwi Swiknyo. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Elpisah. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jawa Tengah: CV.Pena Persada, 2020.
- Farida Nugrahani. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Press, 2014
- Gadung Satriyono, Meme Rukmini, dkk. “Shopeepay Later User Satisfaction Analysis Using Delone And Mclean Model.” *Journal Management Studies And Enterpreneurship*, Vol. 3, No. 5 (2018).
- Hamni Fadillah Nasution, “Tingkat Motivasi dan Hubungannya dengan Hasil Belajar Matematika Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan”, *Journal Pendidikan dan Konseling*, Vol.12, No.2 2022.

Hamni Fadila Nasution, “Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online”, *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, Vol.4 No.1 2018.

Hardi Mulyono. *Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Berbasis Mahasiswa*. Deli Serdang: CV. Pustaka Diksi, 2021.

<https://amp.kontan.co.id>. diakses pada” 17 Mei 2022, Pukul 14.12. WIB.

Ika Yunia Faujia dan Abdul Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014.

Ikit. *Jual Beli Online Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.

Indriya, Hasna Faza, dkk. “Prilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Islamic Fashion.” *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, Vol. 4, No. 1 2020.

Irwan Saleh Dalimunthe, Hatta Herawati Daulae, dkk. *Panduan Penulisan Skripsi*. Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2018.

Isnawati. *Jual Beli Online Secara Syariah*. Yogyakarta: Gramedia, 2021.

J. Setyaji dan Agus W. *Jualan Laris dan Beli Aman Buat Angan-Angan di Forum Jual/Beli Kaskus*. Jakarta: Media Kita, 2011.

Jaka Sriyana. *Metode Regresi Data Panel*. Jakarta: Ekonisia, 2014.

Jeane Marie Tulung, Achmad Syahid, dkk. *Generasi Milenial*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2019.

Jubilee Enterprise. *SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014.

Kementrian Republik Indonesia, Al-qur’an Al- Karim dan Terjemahannya Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013

Kementrian Republik Indoseia, Al-Qur’an Al-karim dan Terjemahannya Bandung: CV Diponegoro, 2013

Kementrian Agama RI. *Al-Qur`An Surah Al-A`raf Ayat 31*.

Kun Mayanti dan Juju Suriyawati. *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga, 2006.

Lailatul Usuma Jatri, Novita Renawati, dkk. “Urgensi Pengadaan Regulasi

Mengenai Cash On Delivery(COD) Online Shop Berbasis Asas Kepastian Hukum.” *Jurnal Al-Hukum Islamic Law Dan Contemporary Issues*, Vol. 2, No. 1 2021.

M. Yusnita. *Pola Prilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: Alprin, 2008.
Marcel Danesi. *Pengantar Memahami Seimotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Mardani. *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
Muhammad Firdaus. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.

Muhammad Sauqi. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jawa Tengah: Pena Persada, 2021.

Nurhasanah Bakhtiar. *Pendidikan Agama Islam*. Riau: Aswaja Pressindo, 2013.
Otoritas Jasa Keuangan. “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/2016, Tentag Layanan Pinjam Meminjam Berbasis Teknologi Informasi.”https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa_keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-206/SAL-POJK_Fintech.Pdf.

Puji Rahayu. *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Semarang: Alprin, 2019.

Pusat Data dan Analisis Tempo. *Perkembangan Pembayaran Digital Menjelang Pandemi Corona dan Era Pandemi di Indonesia*. Jakarta: Jaya Wardana, 2021.

Richardy Affan Sojuangon. “Analisis Transaksi Jual Beli Online (Peer To Peer) Pada E-Commrce Berdasarkan Hukum Syariah.” *Journal Of Islmic Economics Lariba*, Vol. 3, No. 1, 2017.

Retno Dewi Ulfa dan Lina Kushidayanti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pinjaman Shopee Paylater,” *Journal Ofsharia Econoic Law*, vol. 5, No. 2 2022.

Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, “Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19”, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol.9, No.2, 2020.

Sarmiana batubara, Ihdi Aini, dkk, “Determinants Of Milenial Generations Interest In Using Mobile Banking”. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol.9, No.2, 2021.

Shopeepay, Metode Pembayaran Dari E-Commerce, No. 1 Di Indonesia. <https://shopeepay.co.id>.

Sofyan. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Sonia Aftika. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater 'Bayar Nanti' Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Binis Syariah," Skripsi Uin Raden Intan Lampung 2021.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2014.

Sugiyono dan Agus Susanto. *Cara Mandiri Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Surat Al-Maidah Ayat 87. <https://tafsirweb.com>. diakses 18 Desember 2022 Pukul 12:29 WIB.

Umar Husein. *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis Salembaempat*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Unggul Pambudi Putra dan Java Creativity. *Sukses Jual Beli Online*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.

Zulkifli Rusby. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Septi Khairani Siregar
2. Tempat /Tanggal Lahir : Hdd, Aek Rampa, 02 Februari 2001
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 3 Dari 3 Bersaudara
6. Alamat : Aek Nabara Barumun, Padang Lawas
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon : 081536801871
9. Email : septikhairanisiregar@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. MIN Aek Nabara Tonga (20007-20013)
2. MTSn Marenu (2013-2017)
3. MAS AL-Mukhtariyah Sungai Dua (2017-2019)
4. UIN SYAHADA Padangsidempuan (2019-2023)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Munir Siregar
2. Pekerjaan Ayah : Petani
3. Nama Ibu : Nurmawati Daulay
4. Pekerjaan Ibu : Petani

IV. MOTTO HIDUP

“Jadi Apapun Jadi Jangan Jadipun Jadilah”

KUESIONER (AGKET) PENELITIAN

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 :

Jurusan / Fakultas :

Semester :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

II. 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 Pernyataan	
		Positif	Negatif
	angat Setuju (SS)	5	1
	etuju (S)	4	2
	idak Setuju (TS)	3	3
	etral (N)	2	4
	angat Tidak Setuju (STS)	1	5

4. Semua jawaban Saudara/i dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Shopee Paylater (X1)

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	TS	N	STS
1	Saya suka menggunakan metode pembayaran <i>shopee paylater</i> .					
2	Saya menggunakan <i>shopee paylater</i> karena mudah					
3	Metode <i>shopee paylater</i> membuat barang lebih cepat sampai.					
4	<i>shopee paylater</i> sangat membantu pembelian ketika tidak ada uang					
5	Salah satu transaksi <i>shopee paylater</i> menimbulkan adanya hutang					
6	Retardasi dalam pembayaran <i>shopee paylater</i> menimbulkan denda.					
7	Jumlahnya <i>cashback</i> mempengaruhi untuk menggunakan <i>shopee paylater</i> .					
8	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan <i>shopee paylater</i> .					
9	<i>shopee paylater</i> membuat saya gemar berbelanja.					

B. COD) Cash On Delivery (X2)

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	TS	N	STS
1	Saya suka menggunakan metode pembayaran <i>cash on delivery</i> .					
2	Metode COD sangat aman digunakan dalam transaksi.					
3	COD lebih mudah digunakan dari metode pembayaran lainnya.					
4	Menggunakan COD dapat meminimalisir penipuan.					
5	Saya menggunakan COD karena ada <i>vouchernya</i> .					
6	COD lebih efisien daripada <i>shopee paylater</i> .					
7	Saya selalu menggunakan COD saat berbelanja di <i>e-commerce</i>					

C. Perilaku Konsumsi (Y)

NO	ERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		SS	S	TS	N	STS
1	embeli suatu produk karena keinginan.					
2	embeli suatu produk karena termasuk kebutuhan.					
3	arang trending menimbulkan untuk melakukan pembelian.					
4	idak membutuhkan waktu yang lama ketika berbelanja pada <i>e-commerce</i> .					

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Shopee Paylater (X1)

Responden	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	TOTAL
1	4	5	3	4	3	3	3	4	4	33
2	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35
3	4	5	3	5	5	5	5	5	4	41
4	4	5	2	4	4	4	4	1	4	32
5	4	4	2	5	3	5	5	5	4	37
6	4	5	3	4	2	4	4	4	4	34
7	4	5	3	4	4	4	5	5	4	38
8	3	5	3	5	4	4	4	4	3	35
9	2	2	1	4	3	3	3	3	2	23
10	4	5	3	4	4	2	4	4	4	34
11	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
12	5	4	3	4	4	4	4	4	5	37
13	4	4	2	4	5	5	5	5	4	38
14	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
15	3	4	2	4	3	4	4	4	3	31
16	4	4	3	4	1	4	4	4	4	32
17	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
18	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
19	3	4	4	5	5	5	3	5	3	37
20	4	5	3	5	4	5	5	5	4	40
21	4	5	2	3	3	3	3	3	4	30
22	4	4	2	4	4	5	5	5	4	37
23	4	5	3	5	5	5	5	4	4	40
24	4	4	5	4	1	4	4	4	4	34
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

26	4	4	5	4	4	2	4	5	4	36
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
28	5	5	4	4	4	4	4	4	5	39
29	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
30	4	5	4	4	3	3	3	4	4	34
31	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
32	2	4	2	5	4	5	5	5	2	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
37	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
38	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
39	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
40	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
41	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
43	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
44	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
45	4	4	4	5	3	5	5	5	4	39
46	4	4	5	4	2	4	4	4	4	35
47	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
48	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
49	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
50	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
51	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
53	3	3	3	4	5	5	5	5	3	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
56	4	5	3	4	1	4	4	4	4	33
57	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
58	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
59	4	5	3	5	5	5	3	5	4	39
60	4	5	2	5	4	5	5	5	4	39
61	4	4	2	3	3	3	3	3	4	29
62	4	5	3	4	4	5	5	5	4	39
63	4	5	3	5	5	5	5	4	4	40
64	3	5	3	4	1	4	4	4	3	31
65	2	2	1	4	4	4	4	4	2	27
66	4	5	3	4	4	2	4	5	4	35

67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	5	4	3	4	4	4	4	4	5	37
69	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
70	4	5	3	4	3	3	3	4	4	33
71	3	4	2	4	4	4	5	4	3	33
72	4	4	3	5	4	5	5	5	4	39
73	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
74	4	5	3	5	5	5	5	5	4	41
75	4	5	3	4	4	4	4	3	4	35
76	3	4	4	3	4	4	4	4	3	33
77	4	5	3	4	4	4	5	5	4	38
78	4	5	2	5	4	5	4	4	4	37
79	4	4	2	5	4	4	5	3	4	35
80	4	5	3	4	4	4	4	2	4	34
81	4	5	3	5	4	5	4	4	4	38
82	3	5	3	3	3	5	5	4	3	34
83	2	2	1	5	2	2	4	3	2	23
84	4	5	3	4	4	3	4	4	4	35
85	4	4	4	3	4	3	5	4	4	35
86	5	4	3	4	4	4	4	2	5	35
87	4	4	2	3	3	4	4	5	4	33
88	4	5	3	3	5	4	4	4	4	36
89	3	4	2	4	4	4	4	3	3	31
90	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
91	4	5	3	5	4	4	4	4	4	37
92	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
93	3	4	4	3	4	4	5	5	3	35
94	4	5	3	4	4	4	5	4	4	37
95	4	5	2	5	4	5	3	3	4	35
96	4	4	2	3	4	4	4	4	4	33
97	4	5	3	4	4	4	5	5	4	38
98	4	4	5	5	5	5	4	1	4	37
99	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
100	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel COD (X2)

Responden	COD1	COD2	COD3	COD4	COD5	COD6	COD7	Total
1	4	3	3	3	4	5	4	26
2	4	4	4	5	4	4	4	29
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	1	4	4	25
5	5	3	5	5	5	5	5	33
6	4	2	4	4	4	5	4	27
7	4	4	4	5	5	5	4	31
8	5	4	4	4	4	5	5	31
9	4	3	3	3	3	4	4	24
10	4	4	2	4	4	5	4	27
11	5	4	5	5	5	4	5	33
12	4	2	4	4	4	4	4	26
13	4	5	3	5	5	4	4	30
14	4	4	4	1	4	4	4	25
15	4	3	4	4	4	4	4	27
16	4	1	4	4	4	5	4	26
17	4	4	4	4	4	5	4	29
18	4	4	4	4	2	4	4	26
19	5	5	5	3	5	5	5	33
20	5	4	5	5	5	5	5	34
21	3	3	3	3	3	3	3	21
22	4	4	5	5	5	4	4	31
23	5	5	5	5	4	5	5	34
24	4	1	4	4	4	5	4	26
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	2	4	5	4	4	27
27	4	4	4	3	4	4	4	27
28	4	3	4	4	4	4	4	27
29	2	4	4	4	4	5	2	25
30	4	3	3	3	4	5	4	26
31	4	4	4	5	4	4	4	29
32	5	4	5	5	5	5	5	34
33	4	4	4	1	4	4	4	25
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	3	4	4	4	5	4	28
36	4	4	4	5	5	5	4	31
37	5	4	4	2	4	5	5	29
38	4	3	3	3	3	4	4	24
39	4	4	2	4	4	5	4	27

40	5	4	5	5	5	4	5	33
41	5	4	5	5	5	5	5	34
42	4	5	4	4	4	4	4	29
43	5	5	1	5	2	5	5	28
44	4	4	4	4	4	5	4	29
45	4	4	4	5	5	5	4	31
46	4	1	4	4	4	5	4	26
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	2	4	5	4	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	4	4	4	4	5	4	29
52	4	3	3	3	4	5	4	26
53	4	4	4	5	4	4	4	29
54	5	4	5	5	5	5	5	34
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	5	5	5	5	5	2	5	32
57	4	4	3	4	4	5	4	28
58	4	4	4	5	5	5	4	31
59	5	4	4	4	4	5	5	31
60	4	3	3	3	3	4	4	24
61	4	4	2	4	4	5	4	27
62	5	4	5	5	5	4	5	33
63	5	4	5	5	5	5	5	34
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	5	5	3	3	5	5	5	31
66	4	4	4	4	4	5	4	29
67	4	4	4	5	5	5	4	31
68	5	3	5	5	5	5	5	33
69	4	2	4	4	4	5	4	27
70	4	4	4	5	5	5	4	31
71	5	4	4	4	4	5	5	31
72	4	3	3	3	3	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	4	3	3	3	4	5	4	26
76	4	4	4	5	4	4	4	29
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	4	4	4	4	1	4	4	25
79	5	3	5	5	5	5	5	33
80	4	2	4	4	4	5	4	27

81	4	4	4	5	5	5	4	31
82	5	4	4	4	4	5	5	31
83	4	3	3	3	3	4	4	24
84	4	4	2	4	4	5	4	27
85	5	4	5	5	5	4	5	33
86	4	2	4	4	4	4	4	26
87	4	5	3	5	5	4	4	30
88	4	4	4	1	4	4	4	25
89	4	3	4	4	4	4	4	27
90	4	1	4	4	4	5	4	26
91	4	4	4	4	4	5	4	29
92	4	4	4	4	2	4	4	26
93	5	5	5	3	5	5	5	33
94	5	4	5	5	5	5	5	34
95	3	3	3	3	3	3	3	21
96	4	4	5	5	5	4	4	31
97	5	5	5	5	4	5	5	34
98	4	1	4	4	4	5	4	26
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	4	2	4	5	4	4	27

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Perilaku Konsumsi (Y)

Responden	PK1	PK2	PK3	PK4	Total
1	4	3	5	4	16
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16
5	5	3	5	5	18
6	4	2	4	4	14
7	4	4	5	4	17
8	5	4	4	5	18
9	4	3	4	4	15
10	4	4	5	4	17
11	5	4	4	5	18
12	4	4	5	4	17
13	4	5	4	4	17
14	4	4	4	4	16
15	4	3	3	4	14
16	4	1	4	4	13
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	5	4	5	5	19
21	3	3	3	3	12
22	4	4	5	4	17
23	5	5	5	5	20
24	4	1	4	4	13
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	3	5	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	4	5	5	19
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	4	4	5	4	17
37	5	4	4	5	18
38	4	3	4	4	15
39	4	4	5	4	17

40	5	4	4	5	18
41	4	4	5	4	17
42	5	4	4	5	18
43	4	4	5	4	17
44	4	5	4	4	17
45	4	5	5	4	18
46	4	5	4	4	17
47	4	4	5	4	17
48	5	5	4	5	19
49	5	5	4	5	19
50	4	3	5	4	16
51	5	5	4	5	19
52	4	4	5	4	17
53	3	4	4	3	14
54	4	4	4	4	16
55	5	5	3	5	18
56	4	4	4	4	16
57	5	4	4	5	18
58	4	5	4	4	17
59	4	5	5	4	18
60	4	4	5	4	17
61	4	3	3	4	14
62	4	4	5	4	17
63	5	5	5	5	20
64	4	4	4	4	16
65	5	3	4	5	17
66	4	2	4	4	14
67	4	4	4	4	16
68	5	4	4	5	18
69	4	3	4	4	15
70	4	4	5	4	17
71	5	4	4	5	18
72	4	2	5	4	15
73	4	5	4	4	17
74	4	4	5	4	17
75	4	3	5	4	16
76	4	4	4	4	16
77	5	5	5	5	20
78	4	4	4	4	16
79	5	3	5	5	18
80	4	2	4	4	14

81	4	4	5	4	17
82	5	4	4	5	18
83	4	3	4	4	15
84	4	4	5	4	17
85	5	4	4	5	18
86	4	4	5	4	17
87	4	5	4	4	17
88	4	4	4	4	16
89	4	3	3	4	14
90	4	1	4	4	13
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	5	5	5	20
94	5	4	5	5	19
95	3	3	3	3	12
96	4	4	5	4	17
97	5	5	5	5	20
98	4	1	4	4	13
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Shopee Paylater (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
SP 1	0,542	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
SP 2	0,477		Valid
SP 3	0,442		Valid
SP 4	0,452		Valid
SP 5	0,554		Valid
SP 6	0,601		Valid
SP 7	0,549		Valid
SP 8	0,505		Valid
SP 9	0,542		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan COD (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
COD 1	0,783	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
COD 2	0,522		Valid
COD 3	0,654		Valid
COD 4	0,661		Valid
COD 5	0,690		Valid
COD 6	0,385		Valid
COD 7	0,783		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Perilaku Konsumsi (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PK 1	0,787	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654	Valid
PK 2	0,760		Valid
PK 3	0,543		Valid
PK 4	0,787		Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Shopee Paylater	0,633	9	Reliabel
COD	0,730	7	Reliabel
Perilaku Konsumsi	0,640	4	Reliabel

Uji Validitas Shopee Paylater (X1)

Correlations

		SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	Total _SP
SP1	Pearson										
	Correlation	1	.465*	.336**	-.004	.126	.038	-.019	-.034	1.000**	.542*
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.970	.212	.704	.855	.736	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP2	Pearson										
	Correlation	.465**	1	.053	.023	.087	.130	.021	.073	.465**	.447*
	Sig. (2-tailed)	.000		.598	.821	.390	.199	.838	.469	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP3	Pearson										
	Correlation	.336**	.053	1	.034	.072	-.027	.020	.079	.336**	.442*
	Sig. (2-tailed)	.001	.598		.733	.476	.792	.843	.435	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP4	Pearson										
	Correlation	-.004	.023	.034	1	.252*	.459**	.219*	.162	-.004	.452*
	Sig. (2-tailed)	.970	.821	.733		.011	.000	.029	.108	.970	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP5	Pearson										
	Correlation	.126	.087	.072	.252*	1	.342**	.300**	.122	.126	.554*
	Sig. (2-tailed)	.212	.390	.476	.011		.001	.002	.225	.212	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP6	Pearson										
	Correlation	.038	.130	-.027	.459**	.342**	1	.482**	.252*	.038	.601*

	Sig. (2-tailed)	.704	.199	.792	.000	.001		.000	.012	.704	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP7	Pearson Correlation	-.019	.021	.020	.219	.300	.482	.1	.443	-.019	.549*
	Sig. (2-tailed)	.855	.838	.843	.029	.002	.000		.000	.855	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP8	Pearson Correlation	-.034	.073	.079	.162	.122	.252	.443	.1	-.034	.505*
	Sig. (2-tailed)	.736	.469	.435	.108	.225	.012	.000		.736	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SP9	Pearson Correlation	1.000	.465*	.336**	-.004	.126	.038	-.019	-.034	1.000	.542*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.970	.212	.704	.855	.736	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_S P	Pearson Correlation	.542	.447*	.442**	.452	.554	.601	.549	.505	.542	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

	Sig. (2-tailed)	.003	.455	.432	.096	.009		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
COD7	Pearson Correlation	1.000*	.342**	.473**	.321**	.380**	.292**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_CO D	Pearson Correlation	.783**	.522**	.654**	.661**	.690**	.385**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas Perilaku Konsumsi (Y)

		Correlations				
		PK1	PK2	PK3	PK4	Total_PK
PK1	Pearson Correlation	1	.326**	.208*	1.000**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.001	.038	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PK2	Pearson Correlation	.326**	1	.207*	.326**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.001		.039	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
PK3	Pearson Correlation	.208*	.207*	1	.208*	.543**
	Sig. (2-tailed)	.038	.039		.038	.000
	N	100	100	100	100	100
PK4	Pearson Correlation	1.000**	.326**	.208*	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.038		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_PK	Pearson Correlation	.787**	.760**	.543**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Uji Reliabilitas Shopee Paylater (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	9

Uji Reliabilitas COD (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	7

Uji Reliabilitas Perilaku Konsumsi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	4

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Shopee Paylater	100	23	41	35.50	3.317
COD	100	21	35	28.90	3.314
Perilaku Konsumsi	100	12	20	16.66	1.810
Valid N (listwise)	100				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23097114
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.047
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
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.

Uji Lineritas Shopee Paylater

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumsi * Shopee Paylater	Between	(Combined)	117.903	14	8.422	3.466	.000
	Groups						
		Linearity	69.444	1	69.444	28.580	.000
		Deviation from Linearity	48.458	13	3.728	1.534	.122
Within Groups			206.537	85	2.430		
Total			324.440	99			

Uji Lineritas COD

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumsi * COD	Between Groups	(Combined) Linearity	184.387	12	15.366	9.545	.000
		Deviation from Linearity	161.973	1	161.973	100.616	.000
			22.415	11	2.038	1.266	.258
Within Groups			140.053	87	1.610		
Total			324.440	99			

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.714	1.473		1.842	.069		
Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006	.839	1.191
COD	.339	.041	.621	8.239	.000	.839	1.191

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.468	.880		2.804	.006
Shopee Paylater	-.026	.025	-.115	-1.049	.297
COD	-.020	.025	-.089	-.814	.418

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.528	1.244

a. Predictors: (Constant), COD, Shopee Paylater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.714	1.473		1.842	.069
Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006
COD	.339	.041	.621	8.239	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.714	1.473		1.842	.069
Shopee Paylater	.117	.041	.214	2.838	.006
COD	.339	.041	.621	8.239	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	174.426	2	87.213	56.393	.000 ^b
Residual	150.014	97	1.547		
Total	324.440	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), COD, Shopee Paylater



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1706/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/06/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

23 Juni 2022

Yth. Bapak/Ibu;

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

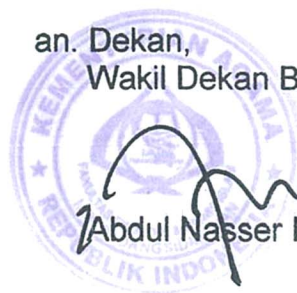
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Septi Khairani Siregar
NIM : 1940200079
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Shopee Paylater dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidempuan.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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

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

Nomor : 3438 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2023

10 Mei 2023

Lampiran : -

Hal : **Izin Penelitian**

Yth. Sdr. Septi Khairani Siregar

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyahtui surat permohonan izin penelitian Saudari tanggal 8 Mei 2023 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memberikan izin penelitian kepada:

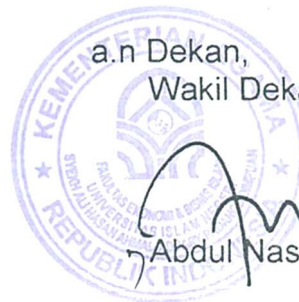
Nama : Septi Khairani Siregar
NIM : 1940200079
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Shopee Paylater dan Cash On Delivery Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Muslim Milenial Padangsidimpuan**".

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dokumentasi







