

**PENGARUH UANG ELEKTRONIK DAN PENGGUNAAN
UANG TUNAI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA IAIN PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NUR NOVITA SARI

2104020067

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PENGARUH UANG ELEKTRONIK DAN PENGGUNAAN
UANG TUNAI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA IAIN PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

NUR NOVITA SARI

2104020067

Pembimbing,

Muhammad Ikram S, S.Ak., M.Si

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NUR NOVITA SARI
Nim : 2104020067
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 15 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



NUR NOVITA SARI

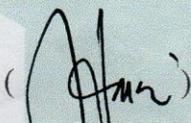
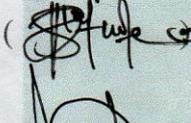
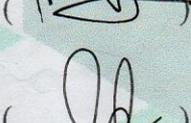
2104020067

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo yang ditulis Nur Novita Sari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020067, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 8 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 12 Muharram 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

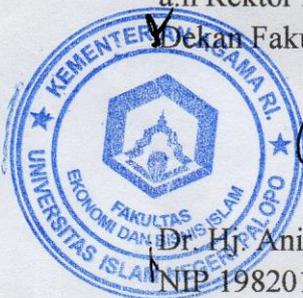
Palopo, 15 Juli 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Suci, S.E., M.Ak. | Penguji I | () |
| 4. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Muhammad Ikram S, S.Ak., M.Si. | Pembimbing | () |

Mengetahui

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo”** setelah melalui proses yang panjang.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Terkhusus kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Karmin dan Ibu Nur Jani, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anaknya serta saudaraku yang selama ini membantu mendoakanku. Semoga Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S.,M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr Takdir Ishak Pagga, M.H.,M.Kes. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI.,M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Ilham S.Ag.,M.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Alia Lestari, S.Si.,M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan dan Muhammad Ilyas, S.Ag.,MA. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi dan M. Ikhsan Purnama., SE.Sy,M.E. Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Muhammad Ikram S, S.Ak.,M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Burhan Rifuddin, S.E.,M.M. selaku Penguji I dan Suci S.E.,M.Ak selaku Penguji II yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Zainuddin S, SE,M.Ak. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Kepada semua teman seperjuangan dan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2021, yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan Doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah swt. Menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

Palopo, 26 Juni2025

NUR NOVITA SARI

2104020067

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasi nya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
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	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
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

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هُوْلَ : *haulā*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ... يَ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّق	: <i>al-haqq</i>
نُعِمِّ	: <i>nu'ima</i>
عُدُوْ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ىِ) jika ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أُمِرْتُ	: umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dīnullāh</i>	<i>billāh</i>

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalāh*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang

penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>Subhanahu Wa Ta'ala</i>
saw.	= <i>Sallallahu 'Alaihi Wasallam</i>
as.	= <i>'Alaihi Al-Salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat
<i>E-Money</i>	= <i>Electronic Money (Uang Elektronik)</i>
<i>BI</i>	= <i>Bank Indonesia</i>
<i>QRIS</i>	= <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>
<i>SPSS</i>	= <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
<i>TPB</i>	= <i>Theory of Planned Behavior</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir.....	35
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian	37
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Uji Instrumen Penelitian.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS. Luqman/31:6	15
Kutipan Ayat 2 QS. At-Taubah/9:34	16
Kutipan Ayat 3 QS. Al-Mutaffifin/83:1-3.....	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	35
--------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Kriteria Alternatif Jawaban Responden	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas	54
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.7 Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4.8 Uji Analisis Regresi Sederhana.....	58
Tabel 4.9 Uji t (Parsial).....	59
Tabel 4.10 Uji F	60
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61



ABSTRAK

NUR NOVITA SARI, 2025. *“Pengaruh Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muhammad Ikram S.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik dan uang tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Palopo, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui angket yang disebarakan kepada 97 responden mahasiswa aktif IAIN Palopo yang pernah menggunakan uang elektronik dan bersedia mengikuti penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling. Instrumen data meliputi observasi, angket, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas) serta uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sebagaimana dibuktikan oleh nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Sementara itu, uang tunai juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial. Secara simultan, uang elektronik dan uang tunai bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Uang Elektronik, Uang Tunai, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

NUR NOVITA SARI, 2025. *"The Influence of Electronic Money and the Use of Cash on the Consumptive Behavior of IAIN Palopo Students". Thesis of the Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Religious Institute. Guided by Muhammad Ikram S.*

This study aims to determine the influence of the use of electronic money and cash on the consumptive behavior of IAIN Palopo students, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire distributed to 97 respondents of active IAIN Palopo students who have used electronic money and are willing to participate in the research. The sampling technique was carried out by purposive sampling. Data instruments include observation, questionnaire, and documentation. Data analysis was carried out through classical assumption tests (normality, heteroscedasticity, and multicollinearity) as well as multiple linear regression tests, t-tests, F tests, and determination coefficient (R^2) tests to test the influence of each variable. The results of the study showed that partially, the use of electronic money had a significant effect on student consumptive behavior, as evidenced by a t-count value greater than the t-table and a significance value below 0.05. Meanwhile, cash also has a significant effect on partial consumptive behavior. Simultaneously, electronic money and cash together have a significant effect on student consumptive behavior.

Keywords: *Electronic Money, Cash, Consumptive Behavior.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beriring jalannya waktu dalam perkembangan ekonomi dunia yang berlangsung di berbagai Negara berkembang tidak lepas dari suatu peranan uang. Apalagi di zaman modern ini uang memiliki peranan yang penting dalam berbagai aspek perekonomian dimulai dari kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Uang bukanlah suatu hal yang baru di zaman modern ini, karena semua masyarakat telah memahami bahwa uang adalah alat yang dipakai dalam suatu pembayaran atau jasa perekonomian untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.¹ Berkembangnya teknologi saat ini memberi pengaruh terhadap alat pembayaran serta transaksi keuangan yang semakin modern.² Kebutuhan masyarakat saat ini pastinya menggunakan alat pembayaran yang memiliki suatu keamanan, ketepatan, dan kecepatan dalam melakukan suatu transaksi perekonomian. Sejarah telah menunjukkan bahwa perkembangan alat pembayaran dari waktu ke waktu sudah mengalami perubahan bentuk yang semula diawali oleh uang logam, uang kertas konvensional, dan sampai saat ini muncul sistem pembayaran menggunakan alat pembayaran elektronik atau disebut *e-money*.³

¹Yuliana, Ike Nia dan Azib. (2021). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung*. Bandung: Jurnal Prosiding Manajemen

²Fasiha, Yusuf, M., Sihombing, H. B. M., Mujahidin, M., & Chenini, R. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 177-192.

³Insana Dwi Rorin Mauludin, Ria Susanti Johan. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *RELASI Jurnal Ekonomi*. Vol. 17, No. 2.

Pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 26/POJK.01/2019 Tentang Perizinan Secara Elektronik di Sektor Jasa Keuangan menyatakan bahwa OJK berfungsi sebagai penyelenggara sistem peraturan serta pengawasan yang terintegrasi terhadap kegiatan di sektor jasa keuangan, semua uang elektronik yang tersedia di Indonesia harus andal dan transparan untuk mampu mengintegrasikan keseluruhan proses perizinan di sektor jasa keuangan.⁴ Sehingga dengan hal ini OJK menjadi lembaga yang mengawasi serta menetapkan peraturan atas semua *fintech* di Indonesia baik jenis *payment*, *lending* atau lain sebagainya.⁵

Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan.⁶

⁴ Arno, A. K., Ishak, I., & Kamal, F. (2021). The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter's Diamond Theory. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(2), 261-284.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan (2019), *Perizinan Secara Elektronik di Sektor Jasa Keuangan*, POJK Nomor 26/POJK.01/2019.

⁶ Dewi, Herawati dan Adiputra, (2021). *Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri* : EKUITAS.

Saat ini masyarakat tidak hanya dapat melakukan transaksi secara langsung atau tatap muka namun masyarakat juga dapat melakukan transaksi secara online untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Dengan adanya perkembangan teknologi digital membuat masyarakat beralih menggunakan teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran dengan melalui telepon genggam/*smartphone* mereka, Melakukan transaksi pembayaran ini dikarenakan memiliki fokus pada keefesiensi, keamanan, keandalan dan inklusivitas hal ini biasa disebut *cashless society*.⁷ *Cashless* adalah sebuah istilah yang diberikan untuk menyebutkan bahwa terdapat transaksi keuangan yang menggunakan uang non tunai dan tidak menggunakan uang tunai seperti uang kertas ataupun logam.⁸

Konsumtif umumnya dipergunakan untuk permasalahan yang menyangkut perilaku konsumen.⁹ Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu berperilaku berlebihan dalam melakukan pembelian suatu hal. Dampaknya, mereka akan membelanjakan uangnya dengan tidak rasional. Terutama terhadap mahasiswa yang merupakan kelompok masyarakat dengan generasi Z. Dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gadget. Generasi Z saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja, sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif. Dengan adanya gadget maka berbagai kegiatan dapat diakses oleh para remaja seperti mata pelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses

⁷Nareswari, P. K., Nuraisyah, R. A., Khaliq, F. P., & Natasari, D. (2022). Analisis Fenomena Cashless Society Terhadap Tingkat Kontrol Diri Belanja Mahasiswa (Studi Kasus Daerah Istimewa Yogyakarta). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 2(5).

⁸Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis dan Empiris. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial*, 03.

⁹Bakri, A. N., & Hardianti, D. (2020). Faktor Determinan Keputusan Pembelian Generasi Z Di Shopee Determinant Factors for Purchase Z Generation in Shopee. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 4(1), 11-20.

menuju *marketplace* serta *e-money*.¹⁰ Dengan adanya sistem pembayaran non tunai membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah dalam bertransaksi. Hal ini disebabkan karena penggunaan *e-money* yang lebih efisien, cepat, aman, dan nyaman. Adanya penggunaan uang elektronik yang semakin meningkat dikalangan mahasiswa dapat memengaruhi perilaku mahasiswa menjadi lebih konsumtif karena kegiatan transaksi menjadi lebih mudah.

Mahasiswa juga sering kalap dalam menggunakan *cashless society* karena penawaran-penawaran yang tersedia. Hal tersebut mendorong para mahasiswa dalam berperilaku konsumtif. Selain itu mahasiswa juga sering terkecoh dengan harga yang menggiurkan yang dibuat oleh penjual agar para pelanggannya memiliki perspektif bahwa harga tersebut sangat terjangkau sehingga mendorong para pelanggan untuk berperilaku konsumtif. Dan tinggi rendahnya kontrol diri pada mahasiswa dalam mengonsumsi suatu produk juga akan mempengaruhinya.¹¹ Pengendalian diri yang terjadi pada mahasiswa terpengaruh karena terdapat banyaknya pengaruh eksternal seperti terdapat banyaknya penawaran potongan harga atau diskon/sale yang menggiurkan, terpengaruh tren zaman terkini menjadikan mereka selalu bertindak konsumtif dalam kurun waktu tertentu.

Permasalahan yang terjadi dalam perilaku konsumsi khususnya mahasiswa yang disebabkan oleh penggunaan *cashless/e-money*, ada beberapa hal yang perlu dimiliki pada mahasiswa yaitu dengan kemampuan pengendalian diri yang kuat

¹⁰Dalayah, R., & Patrikha, F. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 946–952.

¹¹Ashari, N. indah arum, & Kade, ida ayu. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Surakarta. *Journal Transformation of Mandalika*, 4(5).

untuk mendorong perilaku konsumsi mereka. Melakukan penelitian ini ditunjang dengan adanya penelitian sebelumnya yang masih memiliki keterkaitan dengan judul. Pada tahun 2023, mahasiswa memiliki kecenderungan beralih dengan melakukan transaksi melalui uang elektronik dengan alasan kemudahan, efisien, kenyamana dan adanya penawaran promosi yang kerap kali ditawarkan oleh penyedia layanan.¹² Mahasiswa memiliki pengendalian diri yang masih tergolong lemah, sehingga mudah terpengaruh dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa.¹³ Seorang pengguna *e-money* bisa memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat berbagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money*.¹⁴

Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo, mengatakan bahwa alasan yang membuat mereka menggunakan uang elektronik antara lain karena mudah, cepat, dan praktis (tidak perlu menunggu uang kembalian ataupun merasa repot membawa uang dalam jumlah yang besar) dalam penggunaannya. Beberapa narasumber juga menjelaskan bahwa terdapat perubahan pengeluaran sebelum dan sesudah menggunakan uang elektronik. Perubahan tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya pengeluaran yang mereka lakukan karena wujud uang yang tidak berbentuk sehingga mereka tidak mempunyai *sense of belonging* yang kuat. Narasumber juga mengatakan lebih

¹²Erininda, W. (2023). Dinamika Perilaku Konsumen pada Era Cashless Society: Kajian Literatur Tentang Preferensi Pembayaran. *Jurnal Sahmiyya*, 2, 385–392.

¹³Hartati, R., Rosmanidar, E., & Safitri, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal of Student Research*, 1(4).

¹⁴Badri, M. 2020. Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8(1): 120-127.

sering menggunakan uang elektronik untuk melakukan berbagai transaksi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya terutama pada transaksi di atas Rp. 50.000 ataupun di atas Rp. 100.000 di samping tempat yang mendukung mereka menggunakan uang elektronik tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik mengangkat **“Pengaruh Uang Elektronik dan Uang Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah penelitian diatas, penulis merumuskan sebuah rumusan masalah yaitu:

1. Apakah uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo?
2. Apakah uang tunai berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo?
3. Apakah uang elektronik dan uang tunai berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan dan batasan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.
2. Untuk mengetahui pengaruh uang tunai terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.

3. Untuk mengetahui pengaruh uang elektronik dan uang tunai terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoretis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis dalam pengetahuan perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan uang elektronik dan uang tunai.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti, sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
 - b. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih dan memberi manfaat dalam perubahan perilaku mahasiswa agar tidak boros dalam melakukan transaksi baik secara tunai maupun menggunakan pembayaran elektronik.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang relevan digunakan penulis sebagai sumber untuk mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jeni Handayani (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Cashless* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *cashless* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,001 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $14,423 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil R^2 diperoleh sebesar 68,7% yang menjelaskan bahwa variabel *cashless* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.¹⁵

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang pengaruh uang elektronik, sedangkan perbedaan terletak pada, peneliti terdahulu melakukan penelitian dengan indikator variable yang digunakan dan metode analisis data.

¹⁵Handayani Jeni (2024). Pengaruh Penggunaan *Cashless* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Laporan Akhir. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Nur Fitroten Dian Sari, Hwihanus (2024) dengan judul “Pengaruh Uang Digital (*E-Money*) Terhadap Perilaku Konsumtif dan Kemampuan Finansial Mahasiswa”. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa sering terpengaruh oleh promosi, cashback, dan diskon yang ditawarkan oleh platform e-money, yang meningkatkan perilaku konsumtif. Selain itu, rendahnya literasi keuangan membuat mahasiswa kurang mampu mengendalikan pengeluaran.¹⁶ Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh penggunaan uang elektronik. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan.
3. Muhammad Iqbal (2023) dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)”. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa atau dengan kata lain penggunaan uang elektronik mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 44,8% sedangkan sisanya, yaitu 55,6%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gengsi, lingkungan dan lain sebagainya.¹⁷

¹⁶Fitroten Nur Dian Sari, Hwihanus (2024). Pengaruh Uang Digital (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Kemampuan Finansial Mahasiswa. MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekonomi. Vol 9 No 4

¹⁷Iqbal Muhammad (2023). Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh). Skripsi.

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh penggunaan uang elektronik. Perbedaan pada peneliti terdahulu yaitu pada jumlah variabel yang digunakan dan pendekatan studi kasus.

4. Putu Ella, dkk. (2023) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro”. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Hasil analisis pada variabel penggunaan uang elektronik terdapat 5 indikator pernyataan angket, yaitu mudah dipelajari, dapat dikontrol, fleksibel, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami, kemudian variabel perilaku konsumtif terdapat 5 indikator pernyataan angket, yaitu membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri; berpenilaian bahwa membeli produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; membeli produk karena sedang diskon, promo, dan tren; membeli barang mewah untuk menarik perhatian orang lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui nilai t hitung sebesar $3,453 > t$ tabel yaitu $2,028$, dengan demikian hipotesis diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).¹⁸

Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini terletak pada pengaruh penggunaan uang elektronik. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada jumlah variabel dan metode analisis data

¹⁸Putu Ella Sisilia, Triani Ratnawuri, Tiara Anggia Dewi (2023). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*. Vol. 3, No.2.

yang digunakan, dimana peneliti terdahulu menggunakan analisis regresi sederhana, sedangkan peneliti saat ini menggunakan analisis berganda.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sugiarti, Nabila Chusna, dan Nabila Listya W dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan kartu debit dan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sampel penelitian terdiri dari 48 mahasiswa Politeknik Negeri Semarang yang dipilih secara purposive. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan analisis data menggunakan SPSS 26 untuk Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kartu debit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penggunaan e-money memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kepraktisan e-money dalam melakukan transaksi pembayaran, yang mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara mendalam.¹⁹

Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini terletak pada indikator penelitian pengaruh penggunaan uang elektronik. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada jumlah indikator variabel dan metode analisis data yang digunakan dengan pendekatan studi kasus.

¹⁹ Sugiarti, S., Chusna, N., & Nifsya, P. M. (2024). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12, 444-453.

B. Landasan Teori

1. Grand Theory

a. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori besar dalam psikologi sosial yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan dan perilaku individu. Teori ini menyatakan bahwa niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu perilaku merupakan faktor utama yang menentukan apakah perilaku itu akan dilakukan atau tidak. Niat tersebut terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol terhadap perilaku (*perceived behavioral control*). Ketiganya saling memengaruhi dan membentuk keyakinan seseorang terhadap manfaat dan konsekuensi suatu tindakan.²⁰

b. Mental Accounting

Mental Accounting adalah teori perilaku yang dikembangkan oleh Richard Thaler untuk menjelaskan bagaimana individu mengelompokkan, mengevaluasi, dan mengelola keuangan mereka dalam "akun mental" yang berbeda. Meskipun uang bersifat objektif secara ekonomi, dalam praktiknya individu memperlakukannya secara subjektif tergantung pada sumber atau tujuan penggunaannya. Misalnya, orang cenderung menggunakan uang bonus untuk bersenang-senang, sementara gaji tetap digunakan untuk kebutuhan pokok. Hal ini

²⁰ Mark Conner. "Theory of planned behavior." *Handbook of sport psychology* (2020): 1-18.

menyebabkan keputusan keuangan seringkali tidak rasional secara ekonomi tetapi logis menurut perspektif psikologis.²¹

c. *Self-Control Theory*

Teori *Self-Control* yang dikembangkan oleh Roy Baumeister dan Todd Heatherton menekankan pada kemampuan individu untuk mengatur pikiran, emosi, dan tindakan dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang. Dalam praktik sehari-hari, self-control tercermin dalam upaya untuk menahan diri dari godaan, seperti keinginan untuk menunda pekerjaan, berbelanja impulsif, atau makan makanan tidak sehat. Ketika individu gagal dalam mengendalikan dorongan-dorongan ini, maka terjadi apa yang disebut "self-regulation failure" yang berdampak negatif pada berbagai aspek kehidupan, termasuk prestasi, kesehatan, dan hubungan sosial.²²

2. **Uang (*Money*)**

a. **Pengertian Uang**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Pasal 1 tahun 2011 Uang adalah alat pembayaran yang sah yang dikeluarkan oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia yang selanjutnya disebut Rupiah. Uang merupakan suatu alat tukar yang diterima secara umum dalam masyarakat untuk mempermudah transaksi ekonomi, seperti membeli barang dan jasa, membayar utang, dan menyimpan kekayaan. Dalam arti sempit, uang hanya mencakup alat pembayaran yang sah seperti uang kartal (uang

²¹ Liu, Yandi, and Yonghui Li. "A payoff equality perspective for evolutionary games: Mental accounting and cooperation promotion." *Applied Mathematics and Computation* 486 (2025): 129039.

²² Chris Englert. "Self-Control—A critical discussion of a key concept in sport and exercise psychology." *Psychology of Sport and Exercise* (2025): 102878.

kertas dan logam) yang dikeluarkan oleh bank sentral. Sedangkan dalam arti luas, uang mencakup alat pembayaran lain seperti giro, cek, dan simpanan di bank yang dapat digunakan untuk bertransaksi. Uang telah menjadi elemen penting dalam kegiatan ekonomi modern karena fungsinya sebagai perantara dalam pertukaran barang dan jasa.

Sejarah mencatat bahwa sebelum munculnya uang, masyarakat menggunakan sistem barter, yaitu pertukaran barang dengan barang. Namun, sistem ini memiliki banyak kelemahan, seperti sulitnya menemukan orang yang memiliki barang yang kita butuhkan dan pada saat yang sama membutuhkan barang yang kita miliki. Oleh karena itu, muncul kebutuhan akan alat tukar yang diterima secara luas dan memiliki nilai yang stabil. Dari sinilah konsep uang mulai berkembang, mulai dari benda-benda bernilai seperti emas dan perak, hingga akhirnya tercipta uang logam dan uang kertas yang kini kita kenal.

Fungsi utama uang terdiri atas empat hal: sebagai alat tukar, satuan hitung, penyimpan nilai, dan standar pembayaran yang tertunda. Sebagai alat tukar, uang mempermudah proses transaksi dibandingkan barter. Sebagai satuan hitung, uang memberikan ukuran pasti atas nilai suatu barang atau jasa. Sebagai penyimpan nilai, uang memungkinkan orang menabung untuk digunakan di masa depan. Dan sebagai standar pembayaran yang tertunda, uang digunakan untuk menyelesaikan kewajiban hutang atau transaksi kredit. Fungsi-fungsi ini menjadikan uang sebagai elemen kunci dalam sistem perekonomian.

Dalam perkembangan ekonomi modern, bentuk uang juga mengalami evolusi. Saat ini, uang tidak hanya berbentuk fisik, tetapi juga hadir dalam bentuk

digital seperti uang elektronik, dompet digital, dan mata uang kripto. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan transaksi keuangan dilakukan dengan lebih cepat dan efisien tanpa perlu membawa uang tunai. Hal ini menunjukkan bahwa konsep uang sangat dinamis dan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kemajuan teknologi.

Dengan demikian, uang bukan sekadar alat tukar, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi dalam masyarakat. Keberadaan uang berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, karena pengelolaannya oleh otoritas moneter, seperti bank sentral, akan mempengaruhi inflasi, tingkat suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, pemahaman terhadap uang tidak hanya penting bagi pelaku ekonomi, tetapi juga bagi setiap individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan konsumsi, tabungan, dan investasi.²³

Dalam Islam, emas dan perak (dinar dan dirham) pernah digunakan sebagai standar uang. Hal ini selaras dengan firman Allah swt. dalam QS. Luqman/31:6,

وَمَنْ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَٰئِكَ لَهُمْ
عَذَابٌ مُّهِينٌ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

Di antara manusia ada orang yang membeli percakapan kosong untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa ilmu dan menjadikannya olok-olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan.²⁴

Meskipun ayat ini tidak secara eksplisit menyebut uang, namun Al-Qur'an

²³ Adrian Sutedi. *Tindak pidana pencucian uang*. (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2018), 17

²⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2019)

mendorong transaksi yang jujur dan tidak merugikan pihak lain, yang mana uang sebagai alat tukar harus digunakan dalam sistem ekonomi yang adil. Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. At-Taubah/9:34,

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَأْكُلُوا أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُوهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَبَشِّرُهُمْ وَعَذَابٍ أَلِيمٍ ۝۲۵﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari para rabi dan rahib benar-benar memakan harta manusia dengan batil serta memalingkan (manusia) dari jalan Allah. Orang-orang yang menyimpan emas dan perak, tetapi tidak menginfakkannya di jalan Allah, berikanlah kabar ‘gembira’ kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih.²⁵

Selain itu, dalam QS. Al-Mutaffifin/83:1–3, Allah swt. mengecam ketidakjujuran dalam timbangan dan takaran, yang juga mencerminkan ketidakadilan dalam transaksi:

﴿ وَإِنَّ لِلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۲۶﴾

Terjemahnya:

Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.²⁶

Rasulullah SAW juga menegaskan pentingnya keadilan dalam transaksi menggunakan uang:

"Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada." (HR. Tirmidzi, no. 1209)

²⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2019)

²⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2019)

Meskipun ayat ini tidak secara eksplisit menyebut uang, namun Al-Qur'an mendorong transaksi yang jujur dan tidak merugikan pihak lain, yang mana uang sebagai alat tukar harus digunakan dalam sistem ekonomi yang adil. Hadis ini mengandung makna bahwa dalam menggunakan uang sebagai alat transaksi, kejujuran dan keadilan sangat ditekankan dalam Islam.²⁷

Dengan demikian, uang bukan sekadar alat tukar, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi dalam masyarakat. Keberadaan uang berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, karena pengelolaannya oleh otoritas moneter, seperti bank sentral, akan mempengaruhi inflasi, tingkat suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, pemahaman terhadap uang tidak hanya penting bagi pelaku ekonomi, tetapi juga bagi setiap individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan konsumsi, tabungan, dan investasi.

b. Jenis-jenis uang

1) Berdasarkan Undang-undang Bank Sentral No. 13 tahun 1968 pasal 26 ayat 1, Uang kartal terdiri dari uang kertas dan uang logam. Uang kartal adalah alat bayar yang sah dan wajib diterima oleh masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli sehari-hari.²⁸

a) Uang logam biasanya terbuat dari emas atau perak karena emas dan perak memenuhi syarat-syarat uang yang efisien. Karena harga emas dan perak

²⁷ Afdhal Afdhal, et al. *Sistem Ekonomi Islam*. (Jakarta: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), 16

²⁸ Undang-undang Nomor 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-13-tahun-1968-tentang-bank-sentral.aspx> (diakses tanggal 19 Desember 2024).

yang cenderung tinggi dan stabil, emas dan perak mudah dikenali dan diterima orang.

b) Uang kertas adalah uang yang terbuat dari kertas dengan gambar dan cap tertentu dan merupakan alat pembayaran yang sah.

2) Berdasarkan Bank Indonesia. Menurut UU No. 7 tentang Perbankan tahun 1992, Uang giral tercipta akibat semakin mendesaknya kebutuhan masyarakat akan adanya sebuah alat tukar yang lebih mudah, praktis dan aman. Di Indonesia, bank yang berhak menciptakan uang giral adalah bank umum selain Bank Indonesia. Menurut UU No. 7 tentang Perbankan tahun 1992, definisi uang giral adalah tagihan umum yang dapat digunakan sewaktu-waktu sebagai alat pembayaran. Bentuk uang giral dapat berupa cek, giro, atau E-money.

3) Uang kuasi adalah jenis uang yang tidak dapat dipakai setiap saat dalam pembayarannya karena keterikatan waktu, yaitu deposito berjangka dan tabungan. Uang kuasi merupakan aktiva milik sektor swasta domestik yang hanya dapat dipakai memenuhi sebagian saja dari fungsi uang dalam artian adalah fungsi uang yang tidak terpenuhi adalah sebagai media pertukaran.

3. Uang Elektronik (*Electronic Money*)

a. Pengertian Uang Elektronik (*Electronic Money*)

Menurut Nabila, et.al, uang elektronik merupakan bentuk evolusi dari sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam pandangan mereka, uang elektronik tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi, tetapi juga membantu menciptakan sistem keuangan yang lebih efisien dan transparan. Dengan dukungan teknologi, uang elektronik dapat digunakan untuk

transaksi dalam waktu cepat dan aman, bahkan lintas wilayah geografis tanpa memerlukan kehadiran fisik pengguna.²⁹

Sedangkan menurut Susanto dan Meiryani, uang elektronik dapat mempercepat peredaran uang dan mengurangi biaya-biaya operasional yang timbul dari penggunaan uang tunai. Hal ini dapat memberikan manfaat besar, baik bagi individu maupun lembaga keuangan dan pelaku usaha. Mereka juga menekankan bahwa uang elektronik dapat menjadi pendorong inklusi keuangan, karena memungkinkan masyarakat yang belum memiliki akses ke layanan perbankan formal untuk tetap bisa melakukan transaksi ekonomi.³⁰

Menurut Laudon dan Laudon dalam konteks sistem informasi manajemen, uang elektronik adalah bagian dari sistem pembayaran digital yang menggunakan jaringan elektronik untuk mentransfer dana antar pihak. Mereka menggarisbawahi bahwa uang elektronik tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan bagian dari ekosistem digital yang lebih luas, termasuk internet banking, e-commerce, dan aplikasi dompet digital. Dalam konteks ini, uang elektronik menjadi komponen vital dalam transformasi digital sektor keuangan.³¹

Berdasarkan berbagai teori dan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa uang elektronik adalah bentuk inovasi dalam sistem keuangan yang mampu meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kecepatan transaksi. Uang elektronik tidak

²⁹ Shofiyyatun Nabila, M. Trihudiyatmanto, and Bahtiar Efendi. "Kontrol Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Depok." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 13.1 (2025): 9-20.

³⁰ Susanto, A., & Meiryani. Peran uang elektronik dalam meningkatkan inklusi keuangan. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 8(1), 2024: 45–53.

³¹ Laudon, K. C., & Laudon, J. P. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (14th ed.). (Pearson, 2021)

hanya sekadar alat pembayaran, tetapi juga merupakan simbol dari pergeseran budaya ekonomi masyarakat menuju transaksi yang lebih modern, praktis, dan berbasis teknologi. Namun, penggunaan uang elektronik juga menuntut adanya infrastruktur digital yang memadai dan pemahaman masyarakat akan keamanan digital untuk menghindari risiko kejahatan siber.

b. Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik (*Electronic Money*)

1) Kelebihan Uang Elektronik

a) Praktis dan Efisien

Uang elektronik memungkinkan transaksi dilakukan dengan cepat tanpa perlu membawa uang tunai. Cukup dengan menggunakan ponsel atau kartu elektronik, seseorang bisa membayar barang atau jasa secara instan. Misalnya, menggunakan GoPay, OVO, atau ShopeePay saat berbelanja online atau di gerai ritel.

b) Aman dari Risiko Uang Fisik

Dengan uang elektronik, risiko kehilangan atau pencurian uang tunai berkurang. Selain itu, sebagian besar aplikasi dilengkapi fitur keamanan seperti PIN, verifikasi wajah, atau sidik jari.

c) Mendukung Transaksi Non-Tunai dan Transparansi

Penggunaan uang elektronik terekam secara otomatis, sehingga memudahkan pelacakan pengeluaran dan mendukung transparansi transaksi, ini berguna bagi pelaku usaha dan individu dalam mengelola keuangan.

d) Mendukung Inklusi Keuangan

Uang elektronik dapat digunakan oleh masyarakat yang tidak memiliki rekening bank, cukup dengan mendaftar di platform digital. Hal ini sangat membantu menjangkau masyarakat pedesaan atau pekerja informal.³²

2) Kekurangan Uang Elektronik

a) Ketergantungan pada Teknologi dan Jaringan Internet

Uang elektronik tidak bisa digunakan jika perangkat kehabisan baterai, rusak, atau tidak ada koneksi internet. Misalnya, gagal membayar karena sinyal lemah saat ingin scan QRIS.

b) Potensi Kejahatan Digital

Risiko pencurian data, peretasan akun, atau penyalahgunaan identitas masih mengancam jika pengguna tidak berhati-hati. Contohnya, akun dompet digital dibobol karena pengguna membagikan kode OTP ke pihak tak dikenal.

c) Biaya Administrasi dan Batas Saldo

Beberapa layanan uang elektronik mengenakan biaya transaksi atau memiliki batas saldo tertentu, yang bisa menjadi kendala untuk pengguna yang sering bertransaksi dalam jumlah besar.

d) Belum Semua Tempat Menerima Uang Elektronik

Meski semakin populer, masih ada toko atau pedagang kecil yang hanya menerima uang tunai karena keterbatasan alat atau pengetahuan teknologi.³³

³² I. Gede Hendrayana, et al. *E-Money: Panduan Lengkap Penggunaan dan Manfaat E-Money dalam Era Digital*. (Bandung: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 66

³³ I. Gede Hendrayana, et al. *E-Money: Panduan Lengkap Penggunaan dan Manfaat E-Money dalam Era Digital*. (Bandung: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 68

Contoh penggunaan uang elektronik dapat ditemukan dalam berbagai aktivitas sehari-hari, seperti saat seseorang membayar ojek online menggunakan GoPay atau GrabPay, berbelanja di minimarket menggunakan OVO, DANA, atau ShopeePay, hingga melakukan transaksi di e-commerce seperti Tokopedia atau Shopee tanpa menggunakan uang tunai. Selain itu, uang elektronik berbasis kartu seperti Mandiri e-Money, BRI Brizzi, dan BNI TapCash juga banyak digunakan untuk membayar tol, parkir, dan transportasi umum seperti KRL. Kemudahan ini menunjukkan bahwa uang elektronik semakin menjadi bagian penting dalam sistem pembayaran modern yang cepat, praktis, dan efisien.

c. Indikator Uang Elektronik (*Electronic Money*)

Indikator merujuk pada aspek-aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam menilai kualitas dan efektivitas penggunaan uang elektronik. Uang elektronik (*e-money*) merupakan alat pembayaran yang menggunakan teknologi digital untuk melakukan transaksi, baik dalam bentuk uang elektronik yang disimpan dalam kartu (seperti *e-money*, kartu prabayar) atau dompet digital yang terhubung dengan akun bank. Berikut adalah penjelasan tentang masing-masing indikator tersebut:³⁴

1) Kebermanfaatan

Kebermanfaatan mengacu pada sejauh mana uang elektronik dapat memberikan nilai tambah atau manfaat bagi penggunanya. Indikator ini meliputi kemampuan uang elektronik untuk mempermudah transaksi sehari-hari, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta menyediakan berbagai

³⁴ I. Gede Hendrayana, et al. *E-Money: Panduan Lengkap Penggunaan dan Manfaat E-Money dalam Era Digital*. (Bandung: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 87

layanan tambahan seperti cashback, diskon, atau kemudahan dalam pembayaran tagihan dan pembelian produk secara online. Kebermanfaatan juga berkaitan dengan sejauh mana uang elektronik mempermudah kehidupan penggunanya dengan memberikan solusi bagi pembayaran yang cepat dan efisien, serta memperluas jangkauan transaksi ke berbagai platform dan tempat yang mungkin tidak dapat diakses dengan uang tunai.

2) Kemudahan

Kemudahan merujuk pada sejauh mana pengguna merasa praktis dan mudah dalam menggunakan uang elektronik. Ini mencakup aspek seperti antarmuka aplikasi atau platform yang intuitif, proses pendaftaran dan penggunaan yang tidak rumit, serta kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai fisik. Kemudahan juga berkaitan dengan aksesibilitas uang elektronik di berbagai perangkat, seperti smartphone, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran kapan saja dan di mana saja. Sebuah sistem uang elektronik yang mudah diakses dan digunakan akan meningkatkan adopsi pengguna dan membuat mereka lebih nyaman bertransaksi.

3) Keamanan

Keamanan adalah salah satu indikator yang paling krusial dalam uang elektronik karena melibatkan transaksi digital yang harus dijaga dari risiko kebocoran data atau penipuan. Indikator ini mencakup aspek perlindungan data pribadi, keandalan sistem pembayaran, serta pengamanan transaksi melalui teknologi enkripsi atau autentikasi dua faktor. Pengguna harus merasa yakin bahwa uang mereka aman dari potensi ancaman cyber atau akses yang tidak sah.

Keamanan yang baik juga meliputi perlindungan dari kesalahan transaksi atau masalah lainnya, serta adanya sistem pemulihan atau customer service yang dapat membantu menyelesaikan masalah yang muncul.

Ketiga indikator ini kebermanfaatan, kemudahan, dan keamanan merupakan elemen-elemen kunci dalam menentukan kualitas dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem uang elektronik. Ketiganya saling berkaitan, di mana kebermanfaatan akan sulit tercapai tanpa kemudahan dan keamanan yang memadai. Sebaliknya, sistem uang elektronik yang mudah digunakan namun tidak aman, atau tidak memberikan manfaat yang cukup, akan kehilangan pengguna dengan cepat.

4. Uang Tunai

a. Pengertian Uang Tunai

Uang tunai adalah bentuk fisik dari mata uang yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran, seperti koin dan uang kertas. Uang tunai mudah digunakan dan dipahami oleh semua orang, tidak memerlukan teknologi khusus, dan hampir semua orang familiar dengan cara menggunakannya. Sistem pembayaran tunai dinilai kurang efektif, khususnya untuk transaksi yang bernilai cukup besar. Salah satu kekurangan terbesar dari pembayaran tunai adalah risiko kehilangan atau pencurian. Rupiah digital dan Rupiah tunai sebenarnya sama, hanya cara penyimpanannya saja yang berbeda. Rupiah digital tidak perlu disimpan secara fisik atau cukup dengan bantuan media elektronik. Pembayaran non-tunai dilakukan melalui metode elektronik atau digital, seperti kartu kredit, transfer bank, pembayaran digital, atau aplikasi pembayaran

Uang tunai adalah bentuk uang yang paling umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari, berupa uang kertas dan uang logam yang dikeluarkan dan dijamin oleh bank sentral suatu negara. Uang tunai berfungsi sebagai alat pembayaran yang sah dan langsung dapat digunakan untuk melakukan transaksi tanpa perlu melalui perantara atau sistem perbankan. Masyarakat menerima uang tunai karena memiliki nilai nominal yang diakui secara hukum dan diterima secara luas dalam pertukaran barang dan jasa.³⁵

Salah satu keunggulan uang tunai adalah kemudahannya dalam digunakan untuk transaksi kecil dan cepat. Misalnya, saat seseorang membeli makanan di pasar tradisional, membayar ongkos transportasi, atau memberi uang saku kepada anak, penggunaan uang tunai menjadi pilihan yang praktis. Selain itu, uang tunai juga bersifat anonim, artinya tidak meninggalkan jejak transaksi secara digital, sehingga banyak digunakan dalam transaksi informal atau di daerah yang belum memiliki akses perbankan.

Namun, uang tunai juga memiliki beberapa kelemahan. Uang tunai mudah hilang, dicuri, atau rusak, dan tidak dapat dikembalikan jika hilang. Selain itu, dalam jumlah besar, uang tunai tidak efisien karena sulit dibawa dan disimpan dengan aman. Oleh karena itu, meskipun masih sangat dibutuhkan, uang tunai kini mulai dikurangi penggunaannya dalam sistem pembayaran modern, yang semakin mengandalkan sistem digital dan non-tunai.³⁶

³⁵ Burhanuddin Muhtadi. *Kuasa Uang*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020), 72

³⁶ Burhanuddin Muhtadi, *Kuasa Uang*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020), 24

Meskipun perkembangan teknologi keuangan semakin mendorong masyarakat ke arah transaksi non-tunai, uang tunai tetap memiliki peran penting, terutama di daerah pedesaan atau dalam kondisi darurat ketika akses ke layanan digital terbatas. Pemerintah dan bank sentral pun tetap menjaga keberadaan uang tunai dengan mencetak dan mengedarkannya secara berkala, sekaligus menjaga kualitas dan keamanannya agar tidak mudah dipalsukan.³⁷

Kesimpulannya, uang tunai adalah bentuk uang paling dasar namun tetap vital dalam sistem ekonomi. Keberadaannya masih dibutuhkan di berbagai kalangan masyarakat, meskipun tantangan dari perkembangan teknologi terus mendorong perubahan pola pembayaran. Dengan demikian, uang tunai dan uang non-tunai dapat berjalan berdampingan sebagai bagian dari sistem keuangan yang inklusif dan berkelanjutan.

b. Kelebihan dan Kekurangan Uang Tunai

Meskipun kemajuan teknologi telah mendorong masyarakat untuk beralih ke sistem pembayaran digital, uang tunai masih tetap digunakan secara luas dalam berbagai transaksi. Uang tunai memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya relevan hingga saat ini, namun juga tidak lepas dari kekurangan yang menyertainya. Berikut ini merupakan uraian mengenai kelebihan dan kekurangan uang tunai dalam kehidupan sehari-hari:³⁸

³⁷ Burhanuddin Muhtadi. *Kuasa Uang*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020), 79

³⁸ Burhanuddin Muhtadi. *Kuasa Uang*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020), 23

1) Kelebihan Uang Tunai

a) Diterima Secara Universal

Uang tunai masih menjadi alat pembayaran yang diterima di semua tempat, termasuk di daerah terpencil atau oleh pedagang kecil yang belum menggunakan teknologi digital.

b) Tidak Bergantung pada Teknologi

Penggunaannya tidak memerlukan koneksi internet, listrik, atau perangkat elektronik, sehingga tetap bisa digunakan kapan saja, bahkan saat terjadi gangguan teknologi atau bencana.

c) Transaksi Cepat dan Langsung

Transaksi dengan uang tunai berlangsung secara langsung tanpa perlu proses otorisasi atau aplikasi, cocok untuk pembayaran kecil atau saat darurat.

d) Privasi Terjaga

Pembayaran dengan uang tunai tidak terekam secara digital, sehingga identitas dan pola belanja pengguna tidak mudah dilacak, berbeda dengan transaksi elektronik.

2) Kekurangan Uang Tunai

a) Risiko Kehilangan atau Pencurian

Jika uang tunai hilang atau dicuri, tidak ada cara untuk memulihkannya karena tidak ada sistem keamanan atau identifikasi pemilik.

b) Kurang Praktis untuk Jumlah Besar

Membawa uang tunai dalam jumlah besar berisiko dan merepotkan, serta tidak efisien untuk transaksi bernilai tinggi.

c) Sulit untuk Mencatat dan Mengelola Pengeluaran

Karena tidak ada bukti transaksi otomatis, penggunaan uang tunai menyulitkan dalam mencatat keuangan pribadi secara akurat dan transparan.

d) Tidak Mendukung Ekonomi Digital

Penggunaan uang tunai yang terus-menerus bisa menjadi hambatan dalam mewujudkan ekosistem pembayaran digital yang efisien dan modern.³⁹

5. Perilaku Konsumtif (*Consumptive Behavior*)

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah respon terhadap sesuatu yang terwujud dalam sikap, perbuatan dan ucapan. Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumtif yaitu mengkonsumsi secara berlebihan. Maka perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan untuk kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan utamanya.⁴⁰

Menurut Setiaji perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam berperilaku membeli sesuatu secara berlebihan atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka akan membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, guna memperoleh barang-barang yang menurut anggapan mereka menjadi simbol keistimewaan.⁴¹

Perilaku konsumtif memberi berbagai dampak bagi pelakunya. Disatu sisi, pelaku yang melakukan belanja berlebihan akan memberi efek kesenangan semata

³⁹ Burhanuddin Muhtadi. *Kuasa Uang*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020), 25

⁴⁰ Ali Mujahidin. "Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8.2 (2020): 143-150.

⁴¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015)

dikarekan memiliki barang-barang baru, namun disisi lain, hal tersebut dapat mengakibatkan masalah finansial, stres, atau bahkan kecanduan belanja yang berpotensi merusak kehidupan sehari-hari. Disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan dan tidak sesuai fungsi demi kepuasan pribadi yang ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebihan untuk menunjukkan status sosial nya. Dalam konteks ini, kecenderungan mengikuti tren dan membeli barang terbaru menjadi ciri khas perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Berikut merupakan ciri-ciri perilaku konsumtif pada remaja yaitu:⁴²

- 1) Mudah terpengaruh: remaja sangat mudah terpengaruh oleh tawaran atau rayuan penjual terlebih lagi yang memberi diskon, bonus dll.
- 2) Terpengaruh iklan: terutama yang memiliki desain produk yang menarik dan unik yang menjadikan daya tarik remaja untuk membelinya.
- 3) Kurangnya perencanaan keuangan: remaja cenderung tidak berfikir hemat dan kurang bijaksana dalam berbelanja.
- 4) Konsumtif: membeli sesuatu karna keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan pokok, membeli sesuatu untuk mengikuti trend yang lagi viral.

c. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan seseorang dalam melakukan pembelian barang atau jasa, yang sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik

⁴²Lestarina,(2017) “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja”, dalam *Jurnal Riset Tindakan Indonesia (JRTI)*, Vol. 2, No. 2.

itu internal maupun eksternal. Fenomena konsumtif dapat dilihat dari kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa lebih banyak daripada yang diperlukan, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kemampuan finansial. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang:⁴³

1) Faktor Psikologis (*Psychological Factors*)

Faktor psikologis memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk perilaku konsumtif. Salah satu faktor utama adalah motivasi. Seseorang mungkin membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan atau bahkan untuk mencari kepuasan emosional, seperti kebahagiaan atau status sosial. Misalnya, seseorang mungkin membeli barang mewah meskipun tidak membutuhkannya, hanya untuk menunjukkan status atau prestise di mata orang lain. Selain itu, persepsi diri dan pengaruh sosial juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Dalam hal ini, individu merasa tertekan untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu yang dilihatnya di media sosial atau lingkungan sosial mereka.

2) Faktor Sosial dan Budaya (*Social and Cultural Factors*)

Budaya dan nilai-nilai sosial juga memainkan peran penting dalam perilaku konsumtif. Setiap masyarakat memiliki norma dan kebiasaan yang mempengaruhi cara seseorang berbelanja. Dalam banyak budaya, konsumsi barang mewah dan label-brand tertentu bisa menjadi simbol status dan prestise.

⁴³ Yahya, Adibah. "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23.1 (2021): 37-50.

Pengaruh kelompok sosial atau kelompok referensi seperti teman, keluarga, atau rekan kerja sering mendorong seseorang untuk membeli barang yang sedang tren atau barang yang dianggap "harus dimiliki." Misalnya, seseorang mungkin membeli smartphone terbaru karena semua teman atau koleganya memilikinya. Selain itu, iklan dan promosi yang ditargetkan pada segmen sosial tertentu juga dapat memperkuat keinginan untuk membeli barang yang belum tentu dibutuhkan.

3) Faktor Ekonomi (*Economic Factors*)

Kondisi ekonomi pribadi dan ekonomi makro memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jika seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, mereka cenderung lebih leluasa untuk membeli barang atau jasa yang mereka inginkan, bahkan tanpa memperhatikan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan. Namun, meskipun seseorang memiliki pendapatan yang lebih tinggi, jika mereka tidak mengelola keuangan dengan bijaksana, mereka tetap bisa terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, lingkungan ekonomi yang kondusif, seperti adanya kebijakan pemerintah yang mendukung konsumsi atau adanya penawaran kredit yang mudah, dapat mendorong seseorang untuk lebih mudah mengakses barang dan jasa, yang pada gilirannya meningkatkan perilaku konsumtif.

4) Faktor Lingkungan Digital dan Media (*Digital and Media Environmental Factors*)

Media sosial, iklan online, dan platform *e-commerce* di era digital ini memegang peranan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Iklan

yang menarik, penawaran khusus, dan review produk dari influencer dapat memicu impuls beli seseorang. Media sosial juga sering kali menampilkan gaya hidup ideal yang dipenuhi dengan barang-barang mahal, yang akhirnya mempengaruhi individu untuk mengikuti tren tersebut. Fenomena ini dikenal sebagai sosialisme konsumsi, di mana seseorang merasa perlu untuk membeli barang untuk diterima dalam kelompok sosialnya atau untuk mempertahankan citra diri yang ingin ditampilkan di media sosial.

5) Faktor Teknologi dan Inovasi (*Technology and Innovation Factors*)

Kemajuan teknologi membawa kemudahan dalam berbelanja, seperti melalui aplikasi belanja online dan sistem pembayaran digital. Kemudahan akses terhadap informasi dan berbagai macam produk membuat konsumen lebih sering melakukan pembelian barang. Inovasi produk yang ditawarkan oleh perusahaan juga sering kali menjadi daya tarik tersendiri, terutama jika produk tersebut menawarkan fitur baru yang sebelumnya belum ada di pasar. Misalnya, peluncuran model baru dari gadget atau kendaraan bermotor yang lebih canggih dapat menggoda konsumen untuk segera menggantikan produk lama meskipun tidak ada kebutuhan mendesak.

6) Faktor Demografis (*Demographic Factors*)

Faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan status sosial juga memengaruhi perilaku konsumtif. Sebagai contoh, kelompok usia muda yang lebih terpapar dengan teknologi cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Selain itu, mereka yang memiliki pendidikan lebih tinggi mungkin lebih cenderung untuk membeli

barang-barang yang dianggap meningkatkan kualitas hidup atau status sosial mereka. Jenis kelamin juga dapat mempengaruhi preferensi terhadap barang-barang tertentu, seperti kosmetik untuk perempuan dan gadget untuk laki-laki.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Berikut ini adalah indikator variabel perilaku konsumtif:⁴⁴

1) Tidak Memperhitungkan Utilitas atau Fungsi

Perilaku konsumtif ini terjadi ketika seseorang membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan manfaat atau fungsi yang akan diperoleh dari barang tersebut. Sebagai contoh, seseorang mungkin membeli barang mewah atau produk terbaru yang sedang tren meskipun mereka tidak membutuhkan barang tersebut atau tidak memberikan nilai tambah yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, keputusan pembelian lebih didorong oleh keinginan atau dorongan emosional, bukan oleh pertimbangan rasional tentang seberapa bermanfaat barang itu.

2) Menggunakan Barang dengan Cara yang Berlebihan

Indikator ini mencerminkan kebiasaan membeli barang yang melebihi kebutuhan atau menggunakannya secara berlebihan, bahkan setelah barang tersebut tidak lagi memberikan manfaat yang sesuai dengan jumlah atau frekuensinya. Misalnya, seseorang yang membeli banyak pakaian meskipun sudah memiliki cukup pakaian atau seseorang yang menggunakan gadget terbaru tanpa memaksimalkan fungsinya. Perilaku ini menunjukkan kurangnya kontrol

⁴⁴ Khairun Najwa. *Pengaruh E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi)*. Diss. Universitas Jambi, 2023.

dalam konsumsi dan kecenderungan untuk mengikuti tren atau keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata.

3) Mengutamakan Keinginan daripada Kebutuhan

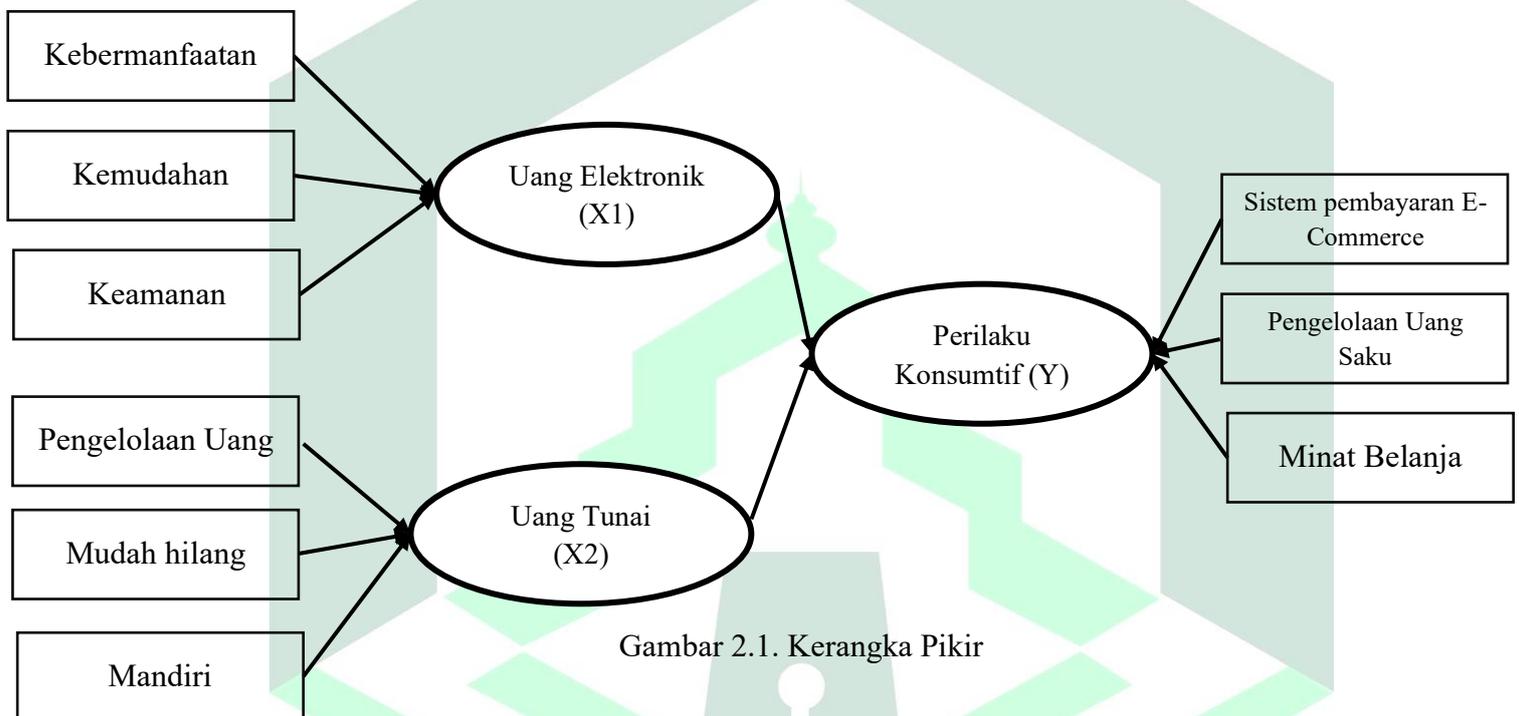
Dalam indikator ini, individu lebih mementingkan keinginan mereka daripada kebutuhan dasar yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Perilaku ini sering kali terlihat ketika seseorang membeli barang-barang yang tidak penting atau tidak mendesak, seperti barang-barang mewah, meskipun mereka masih belum memenuhi kebutuhan pokok, seperti makanan, pakaian yang layak, atau kebutuhan rumah tangga. Keinginan sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial, iklan, atau tekanan untuk mengikuti gaya hidup tertentu, sementara kebutuhan tidak selalu menjadi prioritas utama.

4) Tidak Memiliki Urutan Prioritas yang Jelas

Seseorang yang tidak memiliki urutan prioritas yang jelas cenderung membeli barang atau jasa secara impulsif tanpa mempertimbangkan prioritas atau urgensi dalam pengeluaran. Misalnya, membeli barang-barang yang tidak terlalu penting meskipun masih ada kewajiban atau pengeluaran yang lebih mendesak, seperti membayar tagihan atau menabung untuk masa depan. Kurangnya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik menyebabkan individu tersebut tidak dapat membedakan mana yang lebih penting dan mana yang lebih bisa ditunda pembeliannya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah suatu dasar penelitian yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Oleh karena itu, kerangka berpikir dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep penelitian.

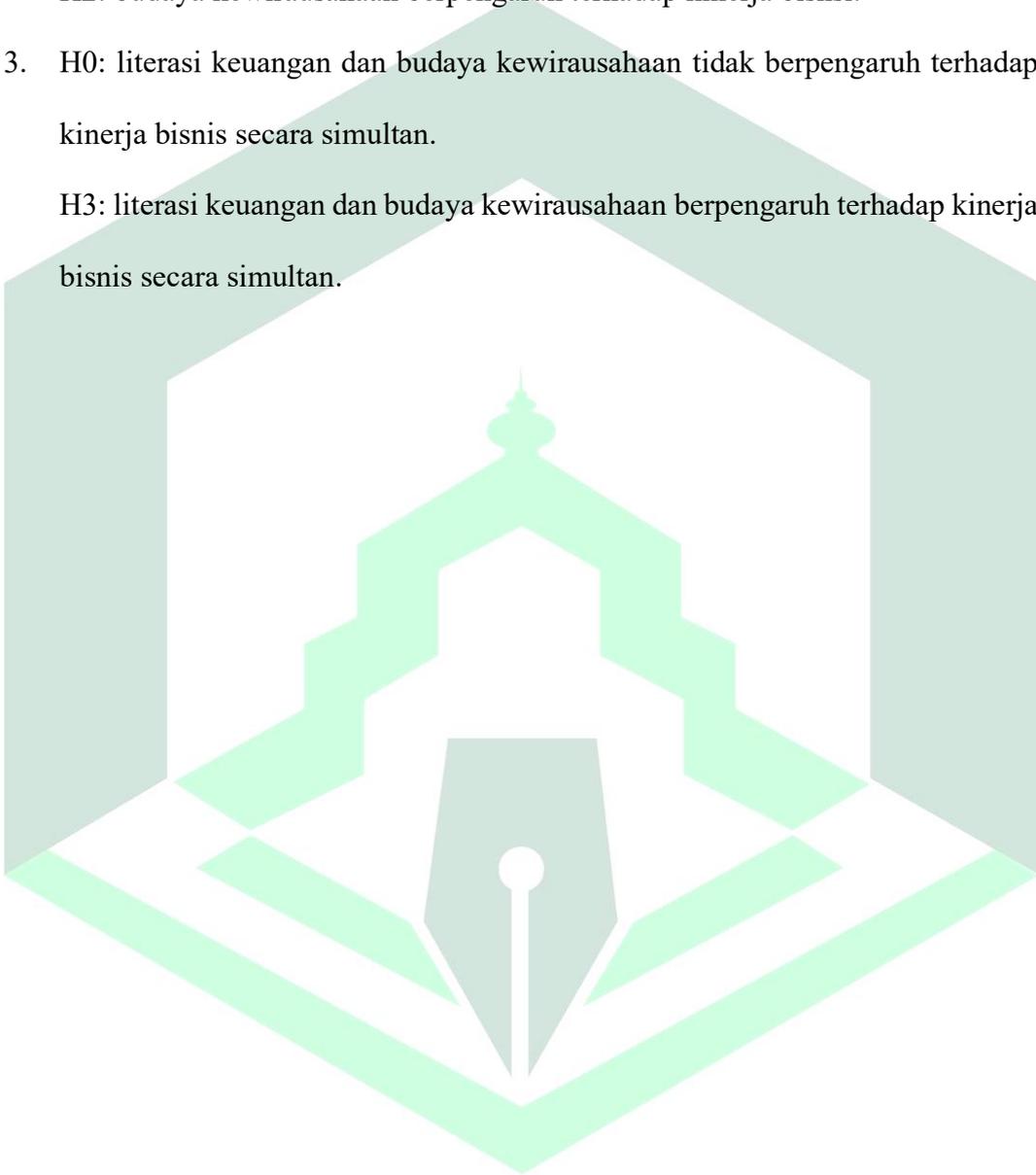


D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan atau pendapat sementara yang masih lemah atau kurang kebenarannya sehingga masih perlu dibuktikan atau suatu dugaan yang sifatnya masih sementara.⁴⁵ Berikut merupakan hipotesis pada penelitian:

⁴⁵Anugrah, A. P. (2021). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Niat Beli Kembali diMediasi oleh Persepsi Nilai (Studi Pada Bluder Cokro Madiun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).

1. H0: literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis.
H1: literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja bisnis.
2. H0: budaya kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis.
H2: budaya kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis.
3. H0: literasi keuangan dan budaya kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis secara simultan.
H3: literasi keuangan dan budaya kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis secara simultan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses menumbuhkan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu pengaruh uang elektronik dan uang tunai, sedangkan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan.⁴⁶ Lokasi pada penelitian ini bertempat di Kampus IAIN Palopo yang berlokasi di Jalan Agatis, Kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-April 2025.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam keadaan instrumen pengukuran.⁴⁷

⁴⁶ Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

⁴⁷ Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	Uang Elektronik (X1)	Uang elektronik adalah alat pembayaran digital yang berupa uang yang disimpan dalam media elektronik, seperti chip atau server.	1. Kebermanfaatan 2. Kemudahan 3. Keamanan	Likert (Sikap)
2	Uang Tunai (X2)	Uang tunai adalah uang dalam bentuk fisik yang digunakan untuk transaksi sehari-hari, seperti uang kertas dan koin.	1. Pengelolaan Uang 2. Mudah hilang 3. Mandiri	Likert (Sikap)
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang gemar membelanjakan uang tanpa pertimbangan matang.	1. Sistem pembayaran <i>E-Commerce</i> 2. Pengelolaan uang saku 3. Minat belanja	Likert (Sikap)

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang. Tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa IAIN Palopo.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus

⁴⁸Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

betul-betul representatif (mewakili).⁴⁹ Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin memilih responden yang memiliki karakteristik spesifik yang dianggap relevan dengan penelitian, maka kriteria sampelnya bisa mencakup:

- a. Mahasiswa aktif IAIN Palopo.
- b. Pernah menggunakan uang elektronik.
- c. Bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Rumus Lemeshow untuk menghitung ukuran sampel adalah:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Ketersngan:

n= Jumlah Sampel

Z 2 (1-a/2) = Derajat kepercayaan (95%, Z =1,96)

P = Maksimal Estimasi (50% = 0,5)

d = Margin of error yang diinginkan (misalnya, 5% atau 0,05).

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

⁴⁹Wiratna, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019),

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 97 \text{ Orang}$$

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus yang di atas sebanyak 97 orang, sehingga jumlah sampel yang akan digunakan sebesar 97 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berkaitan dengan mekanisme yang harus dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data, yang merupakan langkah strategi dalam penelitian karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data dan mekanismenya, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik dan mekanisme pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Di dalam observasi ini peneliti akan belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang diteliti.

2. Angket

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya.⁵⁰ Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pernyataan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Pernyataan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert. Pertanyaan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

Tabel 3.2 Kriteria Alternatif Jawaban Responden

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental yang lain. Data dokumen yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Melalui teknik ini peneliti berusaha untuk memperoleh data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau tulisan simbolik yang memiliki relevansi dengan penelitian sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan percakapan langsung untuk mendapatkan informasi atau keterangan dari sumber data yang diperoleh.

⁵⁰ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Jakarta: Persada Pers, 2010). 68

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Dalam penelitian ini akan digunakan instrumen berupa kuesioner terbuka untuk mengungkap data tentang uang elektronik dan uang tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, responden yang menjadi obyek penelitian. Adapun skala instrumen penelitian yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Uji Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *productmoment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya. Secara sederhana pengukuran validitas dapat dilakukan dengan empat cara:

- a. Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk
 - b. Uji validitas dengan perbandingan t hitung dan t tabel
 - c. Uji validitas dengan perbandingan r hitung dan r tabel.
2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Realibilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan/uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.⁵¹

Uji reliabilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dengan membandingkan antara nilai cronbach's alpha dan taraf keyakinan (*coefficients of confidance/CC*). Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $CC < \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan reliabel (konsisten).
- b. Jika $CC > \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan tidak reliabel (tidak konsisten).

⁵¹ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2012). 82

H. Teknik Analisis Data

Berikut ini teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal dalam suatu model regresi. Uji normalitas penting untuk memastikan bahwa asumsi dasar model regresi terpenuhi. Asumsi ini penting karena jika tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik, seperti uji t dan uji F, akan tidak valid. Uji t dan uji F pada dasarnya memerlukan asumsi distribusi normal untuk nilai sisa (residual) dalam model regresi. Sisa adalah perbedaan antara nilai observasi dan nilai prediksi dari model regresi. Sisa yang berdistribusi normal berarti bahwa nilai observasi terdistribusi normal dan model regresi memberikan prediksi yang tepat.

Ketika asumsi distribusi normal untuk nilai sisa tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik untuk ukuran sampel yang kecil akan menjadi tidak benar. Misalnya, jika distribusi sisa tidak normal, maka uji t dan uji F tidak dapat digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi dengan kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka perlu dilakukan transformasi data atau menggunakan metode non-parametrik yang tidak bergantung pada asumsi.⁵²

⁵² Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Jakarta: Persada Pers, 2010). 77

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi berbeda-beda atau tidak konstan. Jika varians residual tidak konstan, ini dikenal sebagai heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat menghasilkan kesalahan standar yang tidak akurat dan dapat mempengaruhi hasil uji statistik seperti uji t dan uji F, sehingga perlu diatasi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas dalam model regresi. Jika ada korelasi yang signifikan antara variabel bebas, maka dapat mempengaruhi keakuratan estimasi parameter dan interpretasi hasil uji statistik seperti uji t dan uji F.

Salah satu metode yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Nilai VIF menunjukkan seberapa besar korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Jika nilai VIF lebih besar dari 1 dan semakin tinggi nilainya, maka semakin besar kemungkinan terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi. Untuk menghitung nilai VIF, terlebih dahulu perlu membangun model regresi dan menghitung koefisien determinasi (*R-squared*) dari setiap variabel bebas dalam model regresi. Selanjutnya, perlu menghitung VIF sebagai inversi dari 1 minus *R-squared*. Jika nilai VIF lebih besar dari 1 dan semakin tinggi nilainya, maka perlu diambil tindakan untuk mengurangi multikolinearitas dalam model regresi,

seperti menghapus variabel yang memiliki nilai VIF yang tinggi atau melakukan transformasi data.

2. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan maupun parsial.⁵³ Model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif Mahasiswa

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

X₁ = Penggunaan Uang Elektronik

X₂ = Penggunaan Uang Tunai

e = Error (kesalahan residual)

Dalam uji regresi berganda, tujuan utama adalah untuk membangun model regresi yang dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan menggunakan satu atau lebih variabel independen. Model regresi ini dapat dihasilkan melalui penggunaan teknik regresi linear berganda, yang melibatkan penggunaan variabel independen dalam bentuk linier.

⁵³ Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif*. 87

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan signifikan antara dua kelompok data atau untuk membandingkan rata-rata dua kelompok. Uji t banyak digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan ilmu ekonomi ketika kita ingin mengetahui apakah perbedaan antara dua kelompok adalah hasil dari variasi sebenarnya ataukah hanya kebetulan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai t tabel dapat dilihat pada t statistik pada $df = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Berikut kriteria pengambilan keputusan pada uji t:⁵⁴

- 1) H_a diterima jika $\text{sig } t < \alpha (0,05)$
- 2) H_0 ditolak jika $\text{sig } t > \alpha (0,05)$.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan adalah pengujian yang menggunakan distribusi F untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Adapun kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai ($F \alpha = 0.05$) dengan ketentuan sebagai berikut :⁵⁵

- 1) Jika nilai $\text{sign} < 0,05$, maka terdapat pengaruh simultan yang signifikan.
- 2) Jika nilai $\text{sign} > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan.

⁵⁴ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Jakarta: Persada Pers, 2010). 98

⁵⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009). 111

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model regresi mampu menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Koefisien determinasi, sering disimbolkan sebagai R^2 , memiliki nilai antara 0 hingga 1, dan mewakili persentase variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Secara berfungsi, koefisien determinasi mengukur sejauh mana variabilitas dalam data variabel Y dapat dijelaskan oleh variabilitas dalam variabel independen atau variabel prediktor (X) yang dimasukkan ke dalam model regresi.⁵⁶

⁵⁶ Muslich Ansori, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Airlangga University Press, 2020). 54

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo adalah salah satu perguruan tinggi Islam negeri yang terletak di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Sebelumnya dikenal sebagai STAIN Palopo, institusi ini mengalami peningkatan status menjadi IAIN Palopo pada 14 Oktober 2014 dan secara resmi diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia pada 23 Mei 2015. Lokasinya berada di kawasan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo, dengan kode pos 91914. IAIN Palopo berdiri di atas komitmen untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi yang mengintegrasikan ilmu keislaman dengan kearifan lokal.

Sejarah berdirinya IAIN Palopo bermula dari terbitnya Surat Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997 yang mengesahkan pembentukan STAIN Palopo. Seiring berjalannya waktu dan peningkatan mutu pendidikan serta pelayanan, status kelembagaannya ditingkatkan menjadi institut. Perguruan tinggi ini telah memainkan peran strategis dalam penyediaan sumber daya manusia yang berkualitas, khususnya di wilayah Luwu Raya dan sekitarnya. Transformasi ini menunjukkan komitmen institusi dalam menjawab tantangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

IAIN Palopo memiliki beberapa fakultas utama, di antaranya adalah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) serta Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam (FEBI). FTIK berfokus pada pengembangan tenaga pendidik yang profesional dalam bidang keislaman, seperti melalui program studi Tadris Matematika dan Pendidikan Agama Islam. Sementara itu, FEBI menawarkan program-program seperti Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, yang menyiapkan lulusan dengan kompetensi di bidang ekonomi Islam yang sedang berkembang pesat.

Sebagai bagian dari peningkatan mutu akademik, IAIN Palopo juga telah membuka program pascasarjana untuk jenjang Magister (S2), seperti Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhsyiyah). Institusi ini terus berbenah untuk meraih akreditasi unggul dari berbagai lembaga akreditasi nasional, yang mencerminkan mutu pendidikan yang ditawarkan. Upaya ini juga sejalan dengan misi IAIN Palopo dalam menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berkualitas, profesional, dan mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal.

Fasilitas yang tersedia di IAIN Palopo cukup memadai untuk menunjang kegiatan akademik dan non-akademik mahasiswa. Terdapat layanan digital seperti WEBPAY dan MIX yang memudahkan akses terhadap informasi akademik, jadwal kuliah, dan materi pembelajaran. Selain itu, tersedia pusat aduan mahasiswa, alamat resmi, dan berbagai layanan berbasis teknologi yang mendukung transparansi dan kemudahan dalam proses perkuliahan.

Visi IAIN Palopo adalah menjadi perguruan tinggi yang terkemuka dalam integrasi keilmuan berciri kearifan lokal. Misi utamanya meliputi

penyelenggaraan pendidikan tinggi berkualitas, pengembangan bahan ajar berbasis penelitian, peningkatan peran dalam pembangunan masyarakat, serta penguatan kerja sama lintas sektoral baik dalam negeri maupun luar negeri. Dengan landasan tersebut, IAIN Palopo terus berupaya menjadi pusat pendidikan Islam modern yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan lokal dan global.

2. Analisis Data

a. Karakteristik Responden

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dapat dilihat karakteristik responden di bawah ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	61	56 %
Laki-Laki	36	44 %
Jumlah	97 Orang	100 %

Sumber: data diolah, 2025

Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik pengguna aplikasi Gojek berdasarkan jenis kelamin. Dari total 97 responden, mayoritas pengguna adalah perempuan sebanyak 61 orang atau 56%, sedangkan laki-laki berjumlah 36 orang atau 44%.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Jurusan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Ekonomi Syariah	40	41%
Perbankan Syariah	35	36%
Manajemen Bisnis Syariah	12	12%
Akuntansi Syariah	10	10%
Jumlah	97 Orang	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan program studi, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari Program Studi Ekonomi Syariah sebanyak 40 orang atau 41% dari total responden. Selanjutnya, responden dari Program Studi Perbankan Syariah berjumlah 35 orang atau 36%. Sementara itu, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah diikuti oleh 12 responden (12%), dan sisanya berasal dari Program Studi Akuntansi Syariah sebanyak 10 orang atau 10%.

b. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji validitas

Uji Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *productmoment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya.⁵⁷

⁵⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, CV.2017),121

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Uang Elektronik (X1)	X1.1	0.524	0.1996	Valid
	X1.2	0.588	0.1996	Valid
	X1.3	0.650	0.1996	Valid
	X1.4	0.409	0.1996	Valid
	X1.5	0.309	0.1996	Valid
	X1.6	0.549	0.1996	Valid
	X1.7	0.415	0.1996	Valid
	X1.8	0.575	0.1996	Valid
	X1.9	0.280	0.1996	Valid
Uang Tunai (X2)	X2.1	0.262	0.1996	Valid
	X2.2	0.548	0.1996	Valid
	X2.3	0.511	0.1996	Valid
	X2.4	0.377	0.1996	Valid
	X2.5	0.596	0.1996	Valid
	X2.6	0.540	0.1996	Valid
	X2.7	0.526	0.1996	Valid
	X2.8	0.295	0.1996	Valid
	X2.9	0.355	0.1996	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.584	0.1996	Valid
	Y2	0.493	0.1996	Valid
	Y3	0.308	0.1996	Valid
	Y4	0.519	0.1996	Valid
	Y5	0.524	0.1996	Valid
	Y6	0.386	0.1996	Valid
	Y7	0.574	0.1996	Valid
	Y8	0.515	0.1996	Valid
	Y9	0.566	0.1996	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan dalam Tabel 4.3, seluruh item pada variabel Uang Elektronik (X1), Uang Tunai (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,201. Hal ini menunjukkan bahwa semua item kuesioner pada masing-masing variabel dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Realibilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.⁵⁸

Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Batas Realibilitas	Cronbach's Alpha
Uang Elektronik	0.60	0.785
Penggunaan Uang Tunai	0.60	0.694
Perilaku Konsumtif	0.60	0.650

Sumber : Data diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan dalam Tabel 4.4, seluruh variabel penelitian yaitu Uang Elektronik, Penggunaan Uang Tunai, dan Perilaku Konsumtif menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimal reliabilitas sebesar 0,60. Variabel Uang Elektronik memiliki nilai reliabilitas tertinggi sebesar 0,785, disusul oleh Penggunaan Uang Tunai sebesar 0,694, dan Perilaku Konsumtif sebesar 0,650. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus terbebas dari asumsi klasik yang terdiri sebagai berikut:

⁵⁸ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018).120.

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.⁵⁹

Tabel 4.5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.15511271	
Most Extreme Differences	Absolute	.060	
	Positive	.036	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.060	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.528	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.515
		Upper Bound	.541

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, di mana nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0.200. Nilai ini lebih besar dari batas signifikansi 0.05, yang berarti data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan data layak digunakan untuk analisis statistik lanjutan seperti regresi linear.

⁵⁹ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2018), 87

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berarti korelasi linier yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi yang berbentuk ada hubungan yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinieritas antar variabel bebas.⁶⁰

Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1							
	(Constant)	18.186	4.562	3.986	.000		
	Uang Elektronik	.305	.136	.216	2.247	.977	1.023
	Penggunaan Uang Tunai	.289	.097	.288	2.986	.977	1.023

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang disajikan dalam Tabel 4.6, nilai Tolerance untuk variabel Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai masing-masing adalah 0,977, sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) keduanya adalah 1,023. Nilai Tolerance yang mendekati 1 dan jauh dari 0, serta nilai VIF yang jauh di bawah angka 10, menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, kedua variabel bebas dalam penelitian ini tidak saling mempengaruhi secara berlebihan, sehingga dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi tanpa menimbulkan distorsi hasil analisis.

⁶⁰ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2021), 81

3) Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas ini digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual dari suatu pemangatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedasitas. Jika scatterplot tidak terdapat pola tertentu yang jelas secara titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedasitas. Sedangkan jika scatterplot terdapat pola tertentu yang jelas dan teratur seperti gelombang, melebar dan menyempit maka akan terjadi heteroskedasitas.⁶¹

Tabel 4.7 Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.241	2.769		1.893	.061
	Uang Elektronik	-.081	.082	-.101	-.979	.330
	Penggunaan Uang Tunai	-.040	.059	-.071	-.685	.495

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang ditampilkan dalam Tabel 4.7, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Uang Elektronik adalah 0,330 dan untuk variabel Penggunaan Uang Tunai adalah 0,495. Kedua nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

d. Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel terikat (Y) dan beberapa variabel bebas (X1, X2, ... Xn). Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana variabel bebas secara

⁶¹ Dewi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediako, 2018), 66

bersama-sama memengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, data dianalisis secara kuantitatif menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) yang berguna untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Tabel 4.8 Hasil Regresi Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.186	4.562		3.986	.000
	Uang Elektronik	.305	.136	.216	2.247	.027
	Penggunaan Uang Tunai	.289	.097	.288	2.986	.004

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil regresi, persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y=18.186+0.305X_1 +0.289X_2$$

Interpretasi:

- 1) Konstanta (Intercept) sebesar 18.186: Artinya, jika nilai variabel independen Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai adalah 0, maka nilai Perilaku Konsumtif diperkirakan sebesar 18.186. Ini adalah nilai dasar atau awal dari Perilaku Konsumtif ketika kedua variabel independen tidak berpengaruh.
- 2) Koefisien Uang Elektronik sebesar 0.305: Setiap kenaikan 1 unit pada Uang Elektronik akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.305, dengan asumsi variabel Penggunaan Uang Tunai tetap. Ini menunjukkan bahwa Uang Elektronik memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.
- 3) Koefisien Penggunaan Uang Tunai sebesar 0.289: Setiap kenaikan 1 unit pada Penggunaan Uang Tunai akan meningkatkan Perilaku Konsumtif

sebesar 0.289, dengan asumsi variabel Uang Elektronik tetap. Ini menunjukkan bahwa Penggunaan Uang Tunai juga berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

e. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Uji parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent yang diteliti berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.186	4.562		3.986	.000
	Uang Elektronik	.305	.136	.216	2.247	.027
	Penggunaan Uang Tunai	.289	.097	.288	2.986	.004

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Tabel 4.9 Hasil Uji t (Persamaan I), dapat diketahui bahwa variabel Uang Elektronik memiliki nilai t-hitung sebesar 2.247 dengan nilai signifikansi sebesar 0.027. Karena t-hitung (2.247) lebih besar dari t-tabel (1.985) dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Uang Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi penggunaan uang elektronik, semakin besar pengaruhnya terhadap pola konsumsi individu.

Selain itu, variabel Penggunaan Uang Tunai juga memiliki nilai t-hitung sebesar 2.986 dengan nilai signifikansi sebesar 0.004. Karena t-hitung (2.986) lebih besar dari t-tabel (1.985) dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Uang Tunai berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin besar penggunaan

uang tunai, semakin besar pula dampaknya terhadap kebiasaan konsumtif individu.

2) Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) adalah suatu metode dalam analisis regresi untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.632	2	38.816	8.183	.001 ^b
	Residual	445.873	94	4.743		
	Total	523.505	96			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Uang Tunai , Uang Elektronik

Berdasarkan hasil Uji F (simultan), diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 8.183 lebih besar dari F-tabel sebesar 3.09, dan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependennya.⁶²

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.130	2.178

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Uang Tunai , Uang Elektronik

Berdasarkan Tabel 4.11, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,567 menunjukkan bahwa sebesar 56,7% variasi dalam variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu Uang Elektronik dan Penggunaan Uang Tunai secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 43,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uang elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Palopo. Artinya, semakin tinggi penggunaan uang elektronik, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Akses transaksi yang cepat, mudah, dan praktis melalui aplikasi e-money mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif tanpa pertimbangan kebutuhan.

⁶² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-9, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 61

Penggunaan uang elektronik yang praktis dan instan membuat mahasiswa lebih mudah mengakses transaksi keuangan tanpa harus membawa uang tunai. Kemudahan ini dapat menurunkan kontrol diri saat berbelanja, apalagi jika ditambah dengan adanya promosi, diskon, dan cashback dari penyedia layanan e-money. Kecenderungan berbelanja tanpa perencanaan dan secara impulsif pun meningkat. Hal ini mencerminkan bahwa uang elektronik tidak hanya sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai pemicu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, penelitian oleh Jeni Handayani (2024) menyimpulkan bahwa penggunaan cashless memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Begitu pula dengan penelitian Nur Fitrotan Dian Sari dan Hwihanus (2024), yang menunjukkan bahwa promosi dan kemudahan dari e-money mendorong mahasiswa menjadi konsumtif.⁶³ Penelitian Muhammad Iqbal (2023)⁶⁴ juga menemukan bahwa e-money mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Banda Aceh sebesar 44,8%. Semua penelitian ini memperkuat bahwa kemudahan penggunaan uang elektronik memiliki korelasi dengan peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Menurut teori Planned Behavior (TPB) dari Ajzen, menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (intention), yang terbentuk dari sikap

⁶³Handayani Jeni (2024). Pengaruh Penggunaan *Cashless* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Laporan Akhir. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

⁶⁴Iqbal Muhammad (2023). Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh). Skripsi.

terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku tersebut.⁶⁵ Dalam konteks penggunaan uang elektronik, kemudahan transaksi, kenyamanan, dan kecepatan yang ditawarkan oleh teknologi ini dapat membentuk sikap positif mahasiswa terhadap belanja digital. Norma sosial dari lingkungan kampus dan teman sebaya yang juga menggunakan e-wallet dapat mendorong perilaku serupa. Ketika mahasiswa merasa mereka memiliki kontrol penuh dalam menggunakan uang elektronik, mereka lebih mungkin untuk sering bertransaksi, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif.

2. Pengaruh uang tunai terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang tunai memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Palopo. Artinya semakin besar ketersediaan uang tunai, semakin tinggi pula potensi mahasiswa untuk melakukan pembelian secara spontan atau tidak terencana. Ketersediaan uang tunai di tangan memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara spontan, tanpa harus mempertimbangkan kebutuhan atau rencana anggaran. Tidak seperti uang elektronik yang terkadang membutuhkan jaringan atau aplikasi, uang tunai memberikan kebebasan penuh untuk membeli kapan saja dan di mana saja. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa uang tunai tetap memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif meskipun tren digitalisasi terus berkembang.

⁶⁵ Dani Sartika. "Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral." *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)* 4.1 (2020): 51-70.

Hasil ini diperkuat oleh penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Sugiarti, Nabila Chusna, dan Nabila Listya W (2023)⁶⁶ yang menunjukkan bahwa meskipun kartu debit tidak signifikan, penggunaan e-money (yang secara fungsional mirip dengan akses langsung uang tunai) memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dalam konteks ini, uang tunai memungkinkan transaksi langsung tanpa hambatan teknis, yang dapat meningkatkan pengeluaran impulsif. Selain itu, pendekatan teoritis menyebutkan bahwa akses langsung terhadap alat tukar fisik dapat mempercepat keputusan konsumsi tanpa pertimbangan rasional.

Menurut teori *Mental Accounting* dari Richard Thaler⁶⁷ juga mendukung pengaruh uang tunai terhadap perilaku konsumtif. Teori ini menyatakan bahwa individu secara mental membagi keuangan mereka ke dalam kategori tertentu (mental accounts), seperti uang untuk kebutuhan pokok, hiburan, atau tabungan. Dalam praktiknya, mahasiswa yang menggunakan uang tunai cenderung menetapkan batas fisik atas pengeluaran harian atau mingguan dan lebih disiplin dalam mengelola pengeluaran karena keterbatasan jumlah uang yang mereka bawa. Dengan demikian, uang tunai membantu mahasiswa untuk lebih selektif dan rasional dalam membelanjakan uangnya, sehingga mengurangi kecenderungan konsumtif.

⁶⁶ Sugiarti, S., Chusna, N., & Nifsya, P. M. (2024). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12, 444-453.

⁶⁷ Siri Mafo, Niken Dayu Prasasti, and Putri Abella. "IMPLIKASI MENTAL ACCOUNTING, PROSPECT THEORY, FRAMING DAN OVERCONFIDENCE TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI BAGI." *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 1.4 (2024): 862-872.

3. Pengaruh uang elektronik dan uang tunai terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.

Secara simultan, uang elektronik dan uang tunai bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Palopo. Ketika mahasiswa memiliki akses terhadap dua jenis alat pembayaran sekaligus, yaitu uang tunai dan uang elektronik, maka kemungkinan mereka melakukan konsumsi yang berlebihan menjadi semakin besar. Kombinasi antara kemudahan transaksi digital dan fleksibilitas uang tunai memberikan kebebasan dalam berbelanja tanpa batasan waktu, tempat, dan jumlah uang yang dihabiskan. Hal ini menjelaskan mengapa secara simultan, kedua variabel tersebut secara signifikan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian Putu Ella dkk. (2023) yang menyimpulkan bahwa kemudahan, fleksibilitas, dan kepraktisan dalam penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Jeni Handayani (2024)⁶⁸ dan Muhammad Iqbal (2023)⁶⁹ juga menunjukkan kontribusi signifikan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Keseluruhan temuan tersebut mendukung bahwa ketika uang tunai dan uang elektronik digunakan bersamaan, mahasiswa memiliki akses ganda terhadap alat pembayaran, yang secara kolektif memperbesar kemungkinan perilaku konsumtif meningkat secara signifikan.

⁶⁸Handayani Jeni (2024). Pengaruh Penggunaan *Cashless* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Laporan Akhir. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

⁶⁹Iqbal Muhammad (2023). Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh). Skripsi.

Menurut teori *Self-Control* dari Baumeister dan Heatherton⁷⁰ menjelaskan fenomena ini, mahasiswa yang menggunakan uang elektronik cenderung lebih sulit mengontrol diri karena tidak ada batasan fisik yang langsung terlihat, seperti ketika membawa uang tunai dalam jumlah terbatas. Fitur-fitur uang elektronik seperti promo, diskon, dan kemudahan akses belanja online semakin melemahkan kontrol diri dan mendorong pembelian impulsif. Sebaliknya, uang tunai memberi batas yang lebih jelas dan konkret, sehingga lebih mudah bagi individu untuk mengendalikan pengeluaran. Dengan demikian, uang elektronik cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa, sementara uang tunai berpotensi menekannya.

⁷⁰ Nurfadhillah Salahuddin, Patmawaty Taibe, and Minarni Minarni. "Pengaruh Self-Control Terhadap Agresivitas Verbal Pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Makassar." *Jurnal Psikologi Karakter* 4.1 (2024): 215-221.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini yaitu:

1. Secara parsial, uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai t-hitung untuk uang elektronik adalah 2,247, yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,027 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Secara parsial, uang tunai juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai t-hitung untuk uang tunai adalah 2,986, yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985. Dengan nilai signifikansi 0,004 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa uang tunai berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Secara simultan, kedua variabel (uang elektronik dan uang tunai) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai F-hitung sebesar 8,183 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09, dengan signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan uang elektronik dan uang tunai. Walaupun kedua metode pembayaran ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa diharapkan untuk lebih menambah dan meningkatkan literasi keuangan guna mengelola pengeluaran mereka secara lebih efektif dan efisien
2. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian lebih mendalam dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain seperti pengaruh sosial atau budaya terhadap keputusan keuangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Mujahidin, A., & Pristian, R. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Jurnal Inovasi Bisnis (INOVBIZ)*, 8(2).
- Anugrah, A. P. (2021). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Niat Beli Kembali di Mediasi oleh Persepsi Nilai (Studi Pada Bluder Cokro Madiun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Arno, A. K., Ishak, I., & Kamal, F. (2021). The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter's Diamond Theory. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(2), 261-284.
- Ashari, N. I. A., & Kade, I. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Surakarta. *Journal Transformation of Mandalika*, 4(5).
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120-127.
- Bakri, A. N., & Hardianti, D. (2020). Faktor Determinan Keputusan Pembelian Generasi Z Di Shopee Determinant Factors for Purchase Z Generation in Shopee. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 4(1), 11-20.
- Daliyah, R., & Patrikha, F. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 946-952.
- Dewi, Herawati, & Adiputra. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS*.
- Erininda, W. (2023). Dinamika Perilaku Konsumen pada Era Cashless Society: Kajian Literatur Tentang Preferensi Pembayaran. *Jurnal Sahmiyya*, 2, 385-392.
- Fasiha, Yusuf, M., Sihombing, H. B. M., Mujahidin, M., & Chenini, R. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 177-192.
- Fitroten, N. D., & Hwihanus. (2024). Pengaruh Uang Digital (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Kemampuan Finansial Mahasiswa. *MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(4).
- Handayani, J. (2024). Pengaruh Penggunaan Cashless Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam

Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Laporan Akhir*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Hartati, R., Rosmanidar, E., & Safitri, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal of Student Research*, 1(4).
- Iqbal, M. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh). *Skripsi*.
- Iskandar. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial*. Jakarta: Persada Pers.
- Kurniawan, Agung Widhi and Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lestarina. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia (JRTI)*, 2(2).
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis dan Empiris. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial*, 3.
- Muslich, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Airlangga University Press.
- Nabila, S., Trihudyatmanto, M., & Efendi, B. (2025). Kontrol Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Depok. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 9-20.
- Najwa, K. (2023). Pengaruh E-Money dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi). *Skripsi*. Universitas Jambi.
- Naning, F. (2022). *E-Commerce dan Perilaku Konsumtif*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Nareswari, P. K., Nuraisyah, R. A., Khaliq, F. P., & Natasari, D. (2022). Analisis Fenomena Cashless Society Terhadap Tingkat Kontrol Diri Belanja Mahasiswa (Studi Kasus Daerah Istimewa Yogyakarta). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 2(5).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Perizinan Secara Elektronik di Sektor Jasa Keuangan. *POJK Nomor 26/POJK.01/2019*.

- Putu, E. S., Triani, R., & Tiara, A. D. (2023). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2).
- Sugiarti, S., Chusna, N., & Nifsya, P. M. (2024). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12, 444-453.
- Sugiono. (tanpa tahun). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral. *Otoritas Jasa Keuangan*. Tersedia di: <https://ojk.go.id> (Diakses 19 Desember 2024).
- Wiratna, V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Yuliana, Ike Nia, & Azib. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Jurnal Prosiding Manajemen*.



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket

A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Alamat Domisili :

Petunjuk Pengisian:

Silakan lingkari jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda. Jika tidak terdapat pilihan yang sesuai, tuliskan jawaban Anda secara langsung pada kolom yang tersedia.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia (Tulis dengan angka): tahun
 - a. < 15 tahun
 - b. 15–24 tahun
 - c. 25–34 tahun
 - d. 35–44 tahun
 - e. 45–54 tahun
 - f. 55–64 tahun
 - g. > 65 tahun
3. Pendidikan Terakhir
 - a. Tidak Sekolah
 - b. SD (Sekolah Dasar)
 - c. SMP (Sekolah Menengah Pertama)
 - d. SMA/SMK (Sekolah Menengah Atas/Kejuruan)
 - e. Perguruan Tinggi

C. Uang Elektronik (X1)

No.	Indikator	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Kebermanfaatan	Penggunaan uang elektronik membuat pembayaran menjadi lebih praktis					
2		Penggunaan uang elektronik menghemat waktu saat bertransaksi					
3		Saya lebih memilih menggunakan uang elektronik (e-money) daripada uang tunai					
4	Kemudahan	Cara menggunakan uang elektronik lebih mudah daripada uang tunai					
5		Mengisi saldo uang elektronik tidak memerlukan banyak usaha					
6		Penggunaan uang elektronik memudahkan pekerjaan sehari-hari					
7	Keamanan	Saya merasa keamanan uang elektronik lebih terjamin dibanding uang tunai					
8		Informasi akun pada uang elektronik bersifat sangat privat					
9		Saya merasa uang elektronik tidak mudah dicuri					

D. Uang Tunai (X2)

No.	Indikator	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Pengelolaan Uang	Pengelolaan uang saya tidak terkontrol					
2		Saya selalu menganggap dana selalu tersedia					
3		Saya cenderung berbelanja sesuka hati					
4	Mudah Hilang	Terkadang saya lupa tempat menyimpan uang tunai					
5		Uang yang saya kantongki seringkali terjatuh tanpa saya sadari					
6		Saya selalu merasa was-was ketika membawa uang dalam jumlah banyak					
7	Mandiri	Saya merasa bisa mandiri jika memegang uang tunai					
8		Saya menganggap uang tunai sangat penting dalam keadaan darurat					
9		Saya melakukan transaksi menggunakan uang tunai sesuai tempat dan kondisi					

E. Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Indikator	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Pembayaran E-Commerce	Saya lebih suka melakukan pembayaran melalui E-Commerce					
2		Saya melakukan transaksi belanja sesuka hati					
3		Saya sering mendapat bonus dari setiap transaksi E-Commerce					
4	Pengelolaan Uang Saku	Uang saku yang diberikan orang tua terkadang tidak cukup					
5		Saya mampu menyisihkan uang saku					
6		Saya tidak merasa kesulitan untuk memenuhi kebutuhan saya					
7	Minat Belanja	Saya memiliki minat belanja yang tinggi					
8		Saya ingin membeli produk yang saya inginkan					
9		Saya selalu mengutamakan belanja online produk yang berkualitas					



Lampiran 2: Tabulasi Data

No	VARIABEL XI										VARIABEL X2									VARIABEL Y											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	5	3	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	5	5	2	4	4	4	4	37	4	3	4	4	4	5	5	5	5	40	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	4	4	5	5	3	5	39	4	4	4	4	4	5	4	5	5	40	
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	3	3	5	4	4	5	5	2	4	35	4	3	4	3	5	4	4	4	4	36	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34	4	5	5	4	4	5	5	3	5	40	3	4	4	4	4	5	5	5	5	40	
6	3	2	2	2	3	2	3	2	4	23	4	2	2	3	3	5	5	3	4	31	2	2	2	2	2	4	4	4	4	28	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	5	5	2	5	38	4	4	4	4	4	5	4	5	5	40	
8	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	3	4	4	2	2	2	3	5	29	3	3	4	3	5	4	4	5	5	37	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36	4	4	4	4	4	5	4	5	5	40	
10	4	3	3	4	4	3	4	3	4	32	3	3	3	4	3	4	4	2	4	30	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	
12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	3	4	3	3	3	4	3	5	32	4	3	4	3	4	4	5	4	5	36	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	5	4	4	4	3	5	37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	38	
14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	2	4	4	4	3	4	4	3	5	33	4	4	4	4	4	5	5	5	5	41	
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	38	
16	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33	3	4	4	2	4	4	5	3	4	33	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34	
17	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36	4	5	5	4	4	4	4	3	5	38	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	
18	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	3	4	4	5	3	4	35	3	4	5	4	4	4	4	4	4	36	
19	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36	4	4	4	4	5	5	5	4	5	40	4	4	4	4	4	5	4	4	5	39	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	39
21	4	3	4	4	3	4	3	4	4	33	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	4	4	4	4	2	4	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	38	
23	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36	4	4	5	4	3	4	4	3	4	35	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
24	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
25	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	5	4	3	4	36	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
26	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	5	3	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
28	4	4	4	2	2	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
29	3	3	4	4	3	4	3	3	4	31	3	3	4	4	4	5	4	3	4	34	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	3	4	3	3	4	4	4	33	4	4	3	4	4	4	2	2	5	32	4	4	4	4	4	5	5	5	5	41	
31	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	3	3	4	4	3	4	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	38
34	4	4	4	4	2	4	4	5	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	37
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	5	4	3	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
36	4	4	4	3	3	4	4	5	4	35	5	4	4	4	4	4	4	2	4	35	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
37	4	3	4	4	3	4	4	4	5	35	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	5	4	4	5	4	4	3	3	4	36	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	38
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	5	3	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	2	4	4	4	4	4	4	2	4	32	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	30
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	5	3	4	5	3	4	36	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
43	4	4	4	4	3	4	3	3	4	33	4	4	4	2	4	4	5	4	4	35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	33
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
47	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
48	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	32
49	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	5	4	4	5	3	4	37	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
51	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	33
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
53	2	2	2	3	4	4	4	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	4	4	4	3	4	4	3	5	35	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	37
55	3	3	4	4	3	4	4	3	4	32	5	5	4	4	4	4	4	4	5	39	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	40
56	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	3	3	3	3	4	2	3	4	4	30	4	4	3	5	5	4	5	3	5	38	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
59	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33	5	5	5	4	4	4	3	4	2	37	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
60	4	4	4	4	3	4	3	3	2	31	3	3	5	5	4	4	5	4	5	38	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	36
61	2	4	4	4	2	4	4	4	4	32																					

Lampiran 3: Hasil Olah Data

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Uang Elektronik
X1.1	Pearson Correlation	1	.350**	.344**	.113	.003	.112	.042	.226*	.059	.524**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.272	.978	.273	.685	.026	.564	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.350**	1	.518**	.117	-.096	.207*	.143	.369**	.002	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.256	.350	.042	.163	.000	.981	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.344**	.518**	1	.285**	-.009	.469**	.204*	.251*	-.022	.650**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.005	.932	.000	.046	.013	.831	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.113	.117	.285**	1	.080	.114	.039	.072	-.038	.409**
	Sig. (2-tailed)	.272	.256	.005		.435	.267	.708	.484	.711	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.003	-.096	-.009	.080	1	.110	.072	-.086	-.075	.309**
	Sig. (2-tailed)	.978	.350	.932	.435		.282	.484	.400	.464	.002
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.112	.207*	.469**	.114	.110	1	.182	.203*	.098	.549**
	Sig. (2-tailed)	.273	.042	.000	.267	.282		.075	.046	.342	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.042	.143	.204*	.039	.072	.182	1	.203*	.109	.415**
	Sig. (2-tailed)	.685	.163	.046	.708	.484	.075		.046	.289	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	.226*	.369**	.251*	.072	-.086	.203*	.203*	1	.114	.575**
	Sig. (2-tailed)	.026	.000	.013	.484	.400	.046	.046		.265	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9	Pearson Correlation	.059	.002	-.022	-.038	-.075	.098	.109	.114	1	.280**
	Sig. (2-tailed)	.564	.981	.831	.711	.464	.342	.289	.265		.005
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Uang Elektronik	Pearson Correlation	.524**	.588**	.650**	.409**	.309**	.549**	.415**	.575**	.280**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.005	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Penggunaan Uang Tunai
X2.1	Pearson Correlation	1	.220*	.044	.055	-.001	-.136	-.081	.032	-.050	.262**
	Sig. (2-tailed)		.030	.669	.593	.993	.184	.430	.757	.625	.009
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.220*	1	.558**	.094	.181	-.012	-.021	.061	.066	.548**
	Sig. (2-tailed)	.030		.000	.362	.076	.907	.837	.555	.524	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.044	.558**	1	.159	.050	.005	.032	.059	.069	.511**
	Sig. (2-tailed)	.669	.000		.120	.626	.965	.753	.567	.501	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.055	.094	.159	1	.141	.043	-.155	.062	.139	.377**
	Sig. (2-tailed)	.593	.362	.120		.168	.679	.129	.548	.176	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	-.001	.181	.050	.141	1	.536**	.445**	-.029	-.181	.596**
	Sig. (2-tailed)	.993	.076	.626	.168		.000	.000	.780	.076	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	-.136	-.012	.005	.043	.536**	1	.617**	-.059	-.073	.540**
	Sig. (2-tailed)	.184	.907	.965	.679	.000		.000	.567	.474	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	-.081	-.021	.032	-.155	.445**	.617**	1	.078	-.098	.526**
	Sig. (2-tailed)	.430	.837	.753	.129	.000	.000		.450	.340	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.032	.061	.059	.062	-.029	-.059	.078	1	-.038	.295**
	Sig. (2-tailed)	.757	.555	.567	.548	.780	.567	.450		.713	.003
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.9	Pearson Correlation	-.050	.066	.069	.139	-.181	-.073	-.098	-.038	1	.355**
	Sig. (2-tailed)	.625	.524	.501	.176	.076	.474	.340	.713		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Penggunaan Uang Tunai	Pearson Correlation	.262**	.548**	.511**	.377**	.596**	.540**	.526**	.295**	.355**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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



Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Perilaku Konsumtif
Y1	Pearson Correlation	1	.209*	.090	.267**	.147	.058	.143	.136	.248*	.584**
	Sig. (2-tailed)		.040	.381	.008	.151	.575	.163	.184	.015	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.209*	1	.254*	.711**	-.115	-.116	.037	-.124	.082	.493**
	Sig. (2-tailed)	.040		.012	.000	.262	.256	.722	.227	.423	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.090	.254*	1	.237*	-.015	.019	-.095	-.114	.001	.308**
	Sig. (2-tailed)	.381	.012		.020	.882	.854	.355	.268	.993	.002
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.267**	.711**	.237*	1	-.083	-.056	-.003	-.092	.042	.519**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.020		.418	.589	.979	.368	.684	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.147	-.115	-.015	-.083	1	.470**	.318**	.639**	.258*	.524**
	Sig. (2-tailed)	.151	.262	.882	.418		.000	.002	.000	.011	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y6	Pearson Correlation	.058	-.116	.019	-.056	.470**	1	.203*	.278**	.145	.386**
	Sig. (2-tailed)	.575	.256	.854	.589	.000		.046	.006	.156	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y7	Pearson Correlation	.143	.037	-.095	-.003	.318**	.203*	1	.576**	.607**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.163	.722	.355	.979	.002	.046		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y8	Pearson Correlation	.136	-.124	-.114	-.092	.639**	.278**	.576**	1	.277**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.184	.227	.268	.368	.000	.006	.000		.006	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y9	Pearson Correlation	.248*	.082	.001	.042	.258*	.145	.607**	.277**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.015	.423	.993	.684	.011	.156	.000	.006		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.584**	.493**	.308**	.519**	.524**	.386**	.574**	.515**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Uang Elektronik	71.64	14.337	.253	.073	.785
Penggunaan Uang Tunai	62.82	10.209	.312	.108	.694
Perilaku Konsumtif	61.64	9.316	.385	.148	.650

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.15511271	
Most Extreme Differences	Absolute	.060	
	Positive	.036	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.060	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.528	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.515
		Upper Bound	.541

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.241	2.769		1.893	.061
	Uang Elektronik	-.081	.082	-.101	-.979	.330
	Penggunaan Uang Tunai	-.040	.059	-.071	-.685	.495

a. Dependent Variable: Abs_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.186	4.562		3.986	.000		
	Uang Elektronik	.305	.136	.216	2.247	.027	.977	1.023
	Penggunaan Uang Tunai	.289	.097	.288	2.986	.004	.977	1.023

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.130	2.178

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Uang Tunai , Uang Elektronik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.632	2	38.816	8.183	.001 ^b
	Residual	445.873	94	4.743		

Total	523.505	96			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Uang Tunai , Uang Elektronik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	18.186	4.562		3.986	.000
	Uang Elektronik	.305	.136	.216	2.247	.027
	Penggunaan Uang Tunai	.289	.097	.288	2.986	.004

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif



RIWAYAT HIDUP



Nur Novita Sari, Lahir di Jakarta pada tanggal 31 Maret 1999. Penulis merupakan anak kedua dari enam bersaudara anak dari pasangan seorang ayah bernama Karmin dan ibu bernama Nur Jani. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Buntu Limbong, Kecamatan Gandang Batu Sillanan, Kabupaten Tana Toraja. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2013 Di SDN 292 INP Karanganyar. Kemudian di tahun yang sama menempuh Pendidikan di MTs Negeri Gandang Baru pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah menengah atas di SMAN 2 Tana Toraja dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo program studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Akhir studi penulis menulis skripsi dengan judul "Pengaruh Uang Elektronik dan penggunaan Uang tunai terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo".

Contact person penulis :nurnovita368@gmail.com