

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI DANA UNTUK
BELANJA ONLINE DI KOTA PALOPO**

Skripsi

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



UIN PALOPO

Diajukan

oleh:

MUH. ALI HUSAIN

2104030055

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

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI DANA UNTUK
BELANJA ONLINE DI KOTA PALOPO**

Skripsi

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



UIN PALOPO

Diajukan

oleh:

MUH. ALI HUSAIN

2104030055

Pembimbing:

Akbar Sabani, S.E.I., M.E.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : MUH. Ali Husain

NIM : 2104030055

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

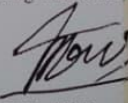
1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan 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, 26 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan


MUH. Ali Husain
NIM 2104030055

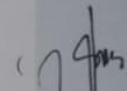
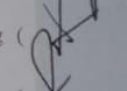
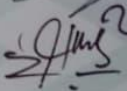
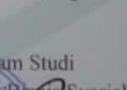


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana untuk Belanja Online di Kota Palopo yang ditulis oleh Muh. Ali Husain Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104030055, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk program sarjana Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, 22 Agustus 2025 Miladiyah bertepatan dengan 28 Safar 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar sarjana S.E.

Palopo, 25 Agustus 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. Ilham, S.Ag., M.A	Penguji I ()
4. M. Ikhsan Puranama, S.E.Sy., M.E.	Penguji II ()
5. Akbar Sabani, S.El., M.E.	Pembimbing ()

Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas/Direktur Pascasarjana


Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah


Umar, S.E., M.SE
NIP 199404072020121017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, petunjuk, serta kekuatan lahir maupun batin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana Untuk Belanja Online Di Kota Palopo” setelah melalui berbagai tahapan dan proses yang panjang.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penyusunan skripsi ini dapat dirampungkan berkat dukungan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak, meskipun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan sepenuhnya.

Peneliti dengan tulus dan penuh rasa syukur menyampaikan apresiasi yang mendalam dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua tercinta, Ayah Almarhum M. Saleh, yang meskipun telah tiada, kasih sayang, nilai-nilai kehidupan, dan semangat yang beliau tanamkan tetap menjadi kekuatan besar dalam langkah penulis hingga titik ini dan Ibu Herlina yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan yang tiada henti kepada putranya. sungguh penulis sadari tiada mampu membalas semua itu, hanya do’a yang dapat

peneliti anugraahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan tercapai tanpa adanya bantuan, dorongan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih banyak atas segala kontribusinya, di sampaikan dengan hormat kepada

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd sebagai Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. sebagai Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si, sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Umar S.E., M.E. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan Hamida, S.E.Sy., M.E. Sy. sebagai Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik serta memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Palopo Bapak Zainuddin S.E., M.Ak. dan seluruh karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo terima kasih atas

pelayanan, fasilitas dan bantuan, khususnya dalam mengumpulkan pencarian literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini

5. Akbar Sabani, S.EI., M.E. sebagai Dosen Pembimbing dan Penasehat Akademik yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Ilmu, nasihat, dan waktu yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dewan Penguji I Bapa Ilham, S.Ag., M.A. dan Penguji II Bapak M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. yang telah banyak memberikan masukan, kritik, dan saran yang sangat membangun dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Zakinah M. Saleh dan Zenab M. Saleh selaku saudara kandung penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian studi penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
8. Kepada seluruh teman-teman pengurus HMPS MBS yang selama ini telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis.
9. Kepada Ikhsana Idris, S.E. selaku teman sekaligus pembimbing ke2 bagi penulis.
10. teman-teman penulis, Ahmad sirul watoni, Muh. Arya Setya, Ruksandi, Rauda Hardin, M. Rifai Alamsyah, aditya, dandi dan teman-teman lainnya yang tetap selalu mendukung dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. semua teman-teman seperjuangan, khususnya mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah IAIN Palopo Angkatan 2021 (khususnya kelas

Bodacious) yang selama ini membantu dan memberi bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuan, bimbingan, dukungan, kerjasama, dan doa yang telah diberikan kepada penulis mendapat ganjaran yang setimpal di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif sangat diharapkan. Semoga karya ini bermanfaat bagi yang membutuhkan dan mendapat nilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Palopo, 26 Agustus 2025

MUH. Ali Husain
NIM 2104030055

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

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

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	-	-
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Ša'</i>	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan ye
ص	<i>Šad</i>	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Ḍaḍ</i>	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ža</i>	Ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'Ain</i>	'	Apostrof terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi

ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	,	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	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>dammah</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
اِيْ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَؤُلَ : *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... اِ... اِىْ	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِىْ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُوْ	<i>ḍammah dan 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 *dammah*, 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	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

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 : *rabbānā*

نَجِّينَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمِّ : *nu'ima*

عُدُّو : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)*

عَرَبِيٌّ : *'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ـِ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* 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> (<i>bukan asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (<i>bukan az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <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	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أَمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

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'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapita

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. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

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

swt. = shubhanahu wa ta'ala

saw. = shallallahu 'alaihi wa sallam

a.s. = 'alaihi al-salam

Wr. = Warahmatullaahi

Wb. = Wabarakaatuh

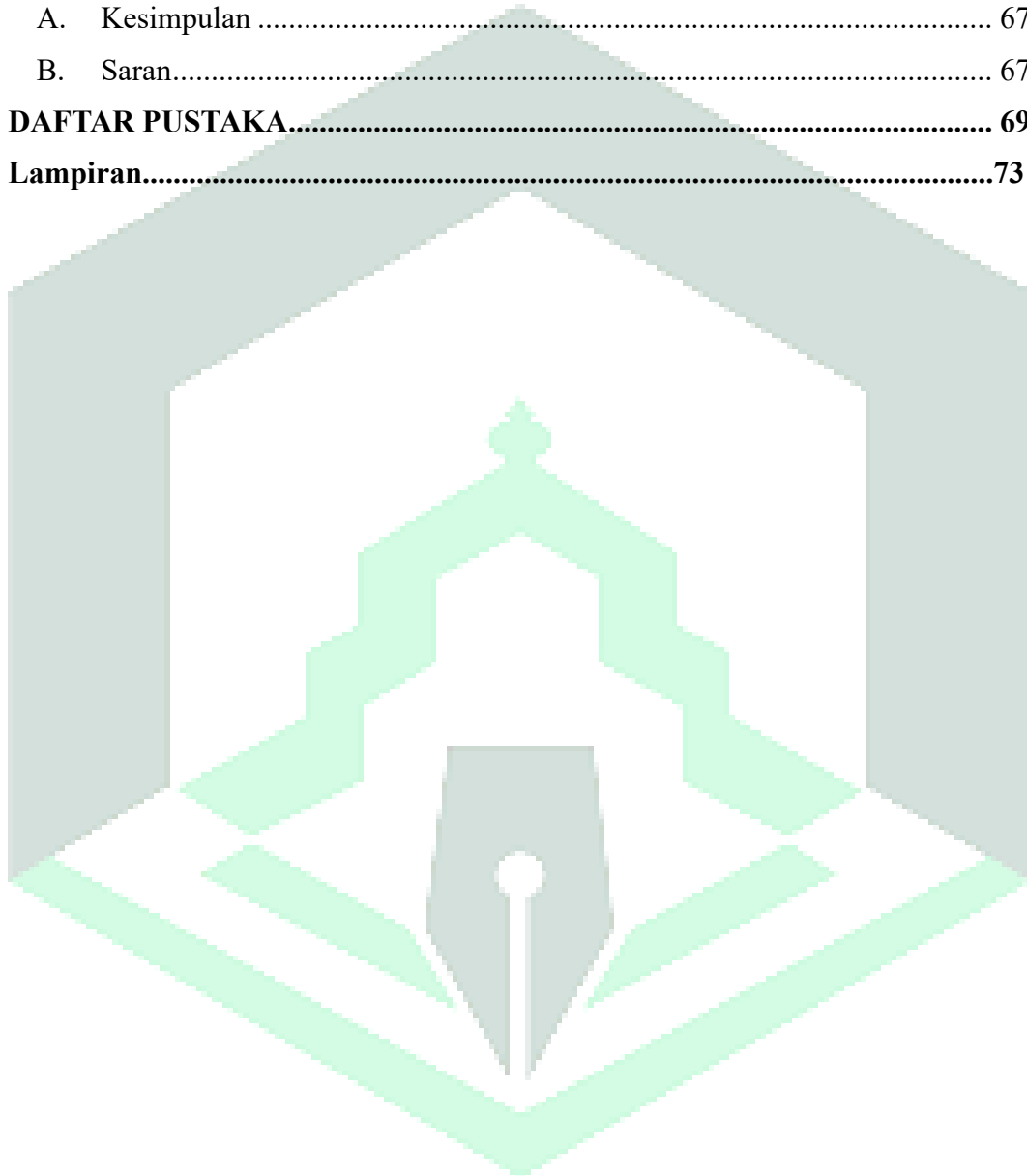
l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

QS .../...: 27 = QS Al-Isra' [17]: 26–27 atau QS Al-Baqarah [2]: 185

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR AYAT	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
C. Definisi Operasional.....	30
D. Populasi dan Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	35
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Lokasi	41
B. Karakteristik Responden	42

C. Hasil Penelitian	46
D. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
Lampiran.....	73



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Isra: 26–27.....	62
Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Baqarah: 185.....	63



DAFTAR TABEL

tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional	31
tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Statusnya	44
tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	45
tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas gaya Hidup Konsumtif.....	46
tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan.....	47
tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan.....	48
tabel 4. 7 Hasil Uji Realibilitas	50
tabel 4. 8 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	51
tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas.....	52
tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas Park.....	53
tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
tabel 4. 12 Hasil Uji T	56
tabel 4. 13 Hasil Uji F	58
tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	60

DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1Metode Pembayaran Yang Digunakan Di Indonesia.....	5
gambar 2. 1 kerangka pikir.....	28



ABSTRAK

MUH. Ali Husain, 2025. *“Analisis Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana Untuk Belanja Online Di Kota Palopo”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Akbar Sabani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana untuk belanja online di Kota Palopo. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat, khususnya generasi muda, dalam menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan pengumpulan data melalui kuesioner online kepada 130 responden pengguna aplikasi Dana. Analisis data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 26 menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana. Sebaliknya, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan. Secara simultan, gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana. Temuan ini memberikan implikasi bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor dominan dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan dompet digital, sedangkan gaya hidup konsumtif tidak menjadi faktor penentu utama.

Kata kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Persepsi Kemudahan, Keputusan Penggunaan, Aplikasi Dana, Belanja Online.

ABSTRACT

MUH. Ali Husain, 2025. *“Analysis of the Influence of Consumptive Lifestyle and Perception of Ease of Use on the Decision to Use the Dana Application for Online Shopping in Palopo City”*. Thesis Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Akbar Sabani.

This study aims to analyze the influence of a consumptive lifestyle and perceived ease of use on the decision to use the Dana application for online shopping in Palopo City. The background of this research is rooted in the rapid development of digital technology and the increasing consumer behavior among the younger generation in using digital wallets as a payment method. This research employs a quantitative approach with purposive sampling and data collection through online questionnaires distributed to 130 respondents who are users of the Dana application. Data analysis was conducted using SPSS version 26 through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test and F-test). The results reveal that a consumptive lifestyle does not have a significant partial effect on the decision to use the Dana application. In contrast, perceived ease of use has a positive and significant partial effect. Simultaneously, both variables—consumptive lifestyle and perceived ease of use—have a significant joint influence on usage decisions. These findings suggest that ease of use is the dominant factor in encouraging users to adopt digital wallet services, while a consumptive lifestyle is not a primary determinant.

Keywords: *Consumptive Lifestyle, Perceived Ease of Use, Usage Decision, Dana Application, Online Shopping.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern ini, teknologi digital dan sistem informasi di kalangan masyarakat Indonesia semakin maju.¹ Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan cepat sekarang ini sangat memengaruhi aktivitas bisnis sehari-hari, dimana segala aspek sudah mulai berubah dari yang dulunya masih berupa tradisional sekarang perlahan-lahan mulai berubah ke arah digital. Mulai dari kehidupan sehari-hari yang sangat dipermudah dengan masuknya era digital sekarang ini.² Tanpa kita sadari, semua aktivitas yang kita lakukan sekarang ini hampir semuanya beroperasi secara digital. Dengan masuknya kita ke dalam revolusi industri bisnis 4.0 membuat semua pekerjaan baik itu manufaktur, jasa, hingga kesehatan memasuki era dimana segala sesuatu sangat mudah, cepat, efektif, efisien, dan terlebih lagi dengan biaya yang dapat ditekan lebih murah dengan penerapan teknologi.³

Perkembangan teknologi digital dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam perilaku konsumsi. Salah satu fenomena yang mencolok adalah peningkatan penggunaan

¹Yusuf Hardianti et al, "Industri Fashion: Model Pembentukan Loyalitas Konsumen Melalui Bisnis Digital Dengan Inovasi," *Modus* 37, no. 1 (2025): 67–80, <https://doi.org/10.24002/modus.v37i1.10036>.

²Muh Yamin and Nur Fakhrunnisaa, "Persepsi Literasi Digital Mahasiswa Calon Guru IAIN Palopo," *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)* 7, no. 1 (2022): 1–9, <https://doi.org/10.30998/sap.v7i1.13294>.

³purba et al., "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya," *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, no. 2 (2021): 91–98.

aplikasi pembayaran digital seperti dana untuk berbelanja online.⁴ Dana merupakan platform pembayaran digital yang mengusung open platform dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, toko-toko online maupun konvensional manapun. Dana menyediakan layanan pembayaran secara nontunai dalam satu platform di Indonesia, mulai dari transaksi transportasi, kirim uang, belanja online, transaksi di *merchant* yang menjadi mitra, menabung, hingga membayar tagihan bulanan. Sumber uang di aplikasi juga bisa dari manapun, baik akun bank, kartu kredit, maupun saldo dana.

Gaya hidup konsumtif, yang ditandai dengan dorongan untuk membeli barang dan jasa yang sering kali tidak diperlukan, semakin marak di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Gaya hidup ini, didorong oleh kemudahan akses dan berbagai promosi yang ditawarkan oleh platform *e-commerce* dan aplikasi pembayaran digital.⁵ Menurut Loudon dan Della Bitta perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang melibatkan individu ketika mengevaluasi, mengakuisisi, menggunakan, atau membuang barang dan jasa.⁶

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.⁷ Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku yang tidak hanya

⁴ Wati et al., “Exploring User Experiences with E-Wallet DANA among Indonesian Millennials : E-Satisfaction and E-Loyalty Analysis” 2, no. 2 (2024).

⁵ Maria Trecia Dayan, “Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital,” *Jurnal Transaksi* 12, no. 1 (2020): 40–50., <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/download/1991/1024>

⁶ Shafira Azzahra and Agus Supriyadi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta),” *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2022): 1–14.

⁷ Nurdin Batjo, “Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian,” *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 1–21.

berdampak pada aspek finansial, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial. Contohnya, kecenderungan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan dapat menyebabkan ketidakpuasan diri dan masalah manajemen keuangan. Ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yakni: (1) Faktor budaya, terdiri dari budaya sebagai penentu keinginan dan perilaku, subbudaya dan kelas sosial. (2) Faktor sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. (3) Faktor pribadi, terdiri dari usia dan daur siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.⁸

Persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana penggunaan teknologi dapat dipahami oleh seseorang. Dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital kemudahan menunjukkan hal yang harus di perhatikan di dalam suatu perusahaan, karna memberikan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.⁹ Di sisilain, persepsi kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran digital juga memainkan peran krusial dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Sati dan Ramaditya menegaskan bahwa persepsi kemudahan akan terjadi ketika individu meyakini bahwa teknologi mudah untuk digunakan, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat untuk menggunakannya. Menurut Widjana Kemudahan penggunaan diartikan sebagai keyakinan individu bahwa

⁸Firda Tazqiyatu Rohmah et al., "Online Pada Remaja the Influence of Lifestyle and Consumptive Behavior on Online Shopping on Teenagers," *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 4 (2024): 1199–1210, <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/619>.

⁹Yuliani Dwi Rahmawati and Rahmi Yuliana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng," *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (2020): 157–68, <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>.

menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar saat digunakan. Ini menunjukkan bahwa pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani saat menggunakan sistem tersebut.¹⁰ Menurut Arthur dan memberikan kemudahan bagi masyarakat karena lebih praktis, cepat, dan keamanannya terjamin. Persepsi kemudahan mencakup kemudahan dalam mengakses, memahami, dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi Dana. Apabila konsumen merasa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka kemungkinan besar mereka akan lebih sering menggunakannya untuk berbelanja online.¹¹ Namun, kemudahan ini juga dapat memicu perilaku konsumtif, di mana konsumen cenderung lebih impulsif dalam pengeluaran mereka karena ketidaknyamanan batasan fisik yang umumnya terdapat pada metode pembayaran tradisional.¹²

Keputusan penggunaan sebagai proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan antara pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku yang merupakan rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih. Menurut Kotler dan Keller, keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan

¹⁰Ditto Habib et al., “Terhadap Penggunaan Shopeepay Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa S-1 Dan D-4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri” 2, no. 12 (2024): 2640–59.

¹¹Anis Fitria, Arie Setyo Dwi Purnomo, And Prasetyo Nugroho, “Pengaruh Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan E Wallet Dana Di Kota Bangkalan,” *Jaakfe Untan (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)* 12, No. 4 (2023): 345, <https://doi.org/10.26418/Jaakfe.V12i4.72075>.

¹² Muh Rasbi et al., “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo,” *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Keputusan konsumen adalah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹³ Keputusan penggunaan ialah keputusan yang menjadi pilihan beberapa tindakan yang dilakukan melalui 2 ataupun lebih pilihan alternatif. Secara tidak sadar, konsumen mengambil keputusan dengan melakukan perbandingan beberapa pilihan yang relevan barang/jasa yang akan dikonsumsi.¹⁴



gambar 1. 1Metode Pembayaran Yang Digunakan Di Indonesia

Sumber: *East Ventures (EV)*

Perkembangan teknologi merambah ke dalam berbagai aspek, termasuk transaksi keuangan. Dompot digital atau *e-wallet* menjadi salah satu alternatif

¹³Reydhya Pulpy Mayo, Hari Susanta Nugraha, And Saryadi Saryadi, "Pengaruh E-Promotion dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, No. 1 (2023): 184–94, <https://doi.org/10.14710/Jiab.2023.37271>.

¹⁴Muhammad Rafli Ferdiansyah And Dhani Ichsanuddin Nur, "Factors Affecting Decisions To Use E-Wallet Dana For Students Of The Faculty Of Economics And Business Upn 'Veteran' East Java," *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 4, No. 6 (2023): 7970–78, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

transaksi pembayaran digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. Berdasarkan laporan *East Ventures (EV)* berjudul *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2023.¹⁵

Saat ini penggunaan *e-wallet* terus meningkat. Populasi penduduk Indonesia yang besar salah satu faktor pendorong adopsi *e-wallet* meningkat. Populasi yang besar ini juga telah membuka peluang besar bagi *e-wallet* untuk menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan penggunaannya secara signifikan. pengguna *e-wallet* tidak hanya terbatas pada generasi milenial dan Gen Z saja, namun telah merambah berbagai generasi. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* telah menjadi bagian integral dari gaya hidup dan kebiasaan bertransaksi masyarakat Indonesia dari berbagai kelompok umur. Data dari Bank Indonesia (BI) 2021 menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z merupakan kelompok pengguna dompet digital terbesar di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 81,6% dan 78,4% *respectively*. Pola yang menarik dalam preferensi penggunaan *e-wallet* terlihat pada generasi milenial dan Gen Z. Bagi generasi ini, *e-wallet* lebih sering digunakan untuk kebutuhan transaksi pembayaran terkait dengan transportasi dan layanan pesan antar makanan dan minuman online. Hal ini sejalan dengan gaya hidup yang

¹⁵Yasi Pralytha Sheldy, Heny Sidanti, And Hendra Setiawan, "Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun)," *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba)* 5, No. September 2023 (2023): 1–14.

serba cepat dan mobile, di mana generasi ini cenderung mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.¹⁶

Namun, meskipun terdapat tren peningkatan penggunaan aplikasi pembayaran digital, belum banyak penelitian yang secara khusus mengeksplorasi hubungan antara gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan dengan keputusan penggunaan aplikasi Dana untuk belanja online. Banyak penelitian sebelumnya yang berfokus pada aspek individual seperti perilaku konsumtif atau kemudahan teknologi secara umum, namun kombinasi keduanya dalam konteks aplikasi pembayaran digital seperti Dana masih jarang dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Shely Vintiani, dan Zahwa Yussri Indah mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang aplikasi dana, dimana hanya berfokus kepada persepsi kemudahan saja dan tidak ada pengaruh gaya hidup konsumtif yang dikaitkan, serta tidak ada lokasi penelitian yang ditujukan berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan dimana lokasinya akan lebih berfokus ke Kota Palopo.

Alasan peneliti menggunakan variable gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan karena tren konsumsi berlebihan yang semakin marak di era digital, terutama di kalangan generasi muda. Gaya hidup ini berpotensi mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, seperti Dana, untuk memenuhi keinginan berbelanja secara impulsif dan praktis serta persepsi kemudahan adalah salah-satu faktor penentu utama dalam adopsi teknologi

¹⁶Mega Diva And Mochamad Isa Anshori, "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review," *Multiple: Journal Of Global And Multidisciplinary* 2, No. 6 (2024): 1991–2002, <https://Journal.Institercom-Edu.Org/Index.Php/Multiple>.

baru. Dalam konteks aplikasi pembayaran digital, persepsi konsumen tentang kemudahan akses, navigasi, dan pemahaman fitur aplikasi sangat mempengaruhi keinginan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Memahami bagaimana persepsi ini mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi Dana dapat memberikan informasi baru bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan pengalaman pengguna serta pihak lain yang ingin membuat aplikasi serupa.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melihat sangat perlu dilakukan penelitian tentang "Analisis Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Persepsi Kemudahan terhadap keputusan Penggunaan Aplikasi Dana dalam Berbelanja Online (Studi pada Masyarakat Kota Palopo)"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana ?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana ?
3. Apakah gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis kepada pembaca:

1. Manfaat Teoritis

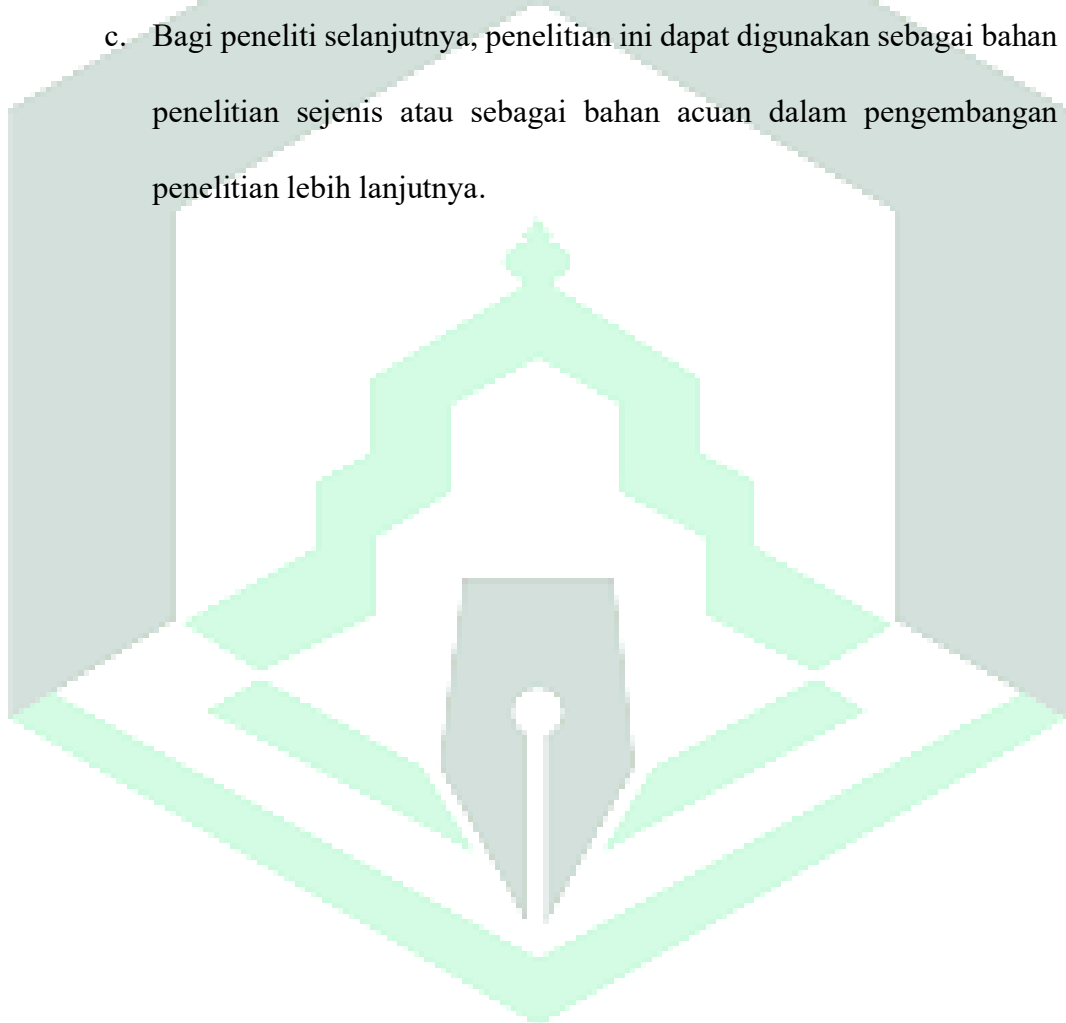
Menambah pemahaman teoritis mengenai hubungan antara gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan dalam konteks adopsi teknologi pembayaran digital serta Mengembangkan model konseptual yang dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan diharapkan Memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi pembayaran digital seperti Dana untuk meningkatkan fitur dan

layanan berdasarkan kebutuhan konsumen yang memiliki gaya hidup konsumtif dan mencari kemudahan dalam penggunaan teknologi.

- b. Bagi akademisi diharapkan dapat memperkaya literatur tentang perilaku konsumen dalam konteks penggunaan teknologi digital, khususnya aplikasi pembayaran digital.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis atau sebagai bahan acuan dalam pengembangan penelitian lebih lanjutnya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan tentang “gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan Terhadap Keputusan penggunaan aplikasi dana dalam berbelanja online studi kasus Masyarakat di Kota Palopo”, namun untuk daerah Palopo sendiri belum pernah ada yang meneliti hal tersebut, sehingga penulis berkeinginan melakukan penelitian tersebut

1. Sheldy Yasi Pralytha, *et al.* dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dana, kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dana, keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dana. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif, dengan Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.¹⁷ Sementara itu, perbedaan yang peneliti ini dan peneliti lakukan adalah peneliti

¹⁷Sheldy, Sidanti, And Setiawan, “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun).”

sebelumnya menambahkan variabel keamanan transaksi, sedangkan peneliti menggunakan variabel gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan.

2. Esther Rendy Gustantio *et al.* dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, *Financial Literacy*, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Generasi Z”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dan *financial literacy* tidak memiliki pengaruh signifikan pada penggunaan *e-wallet* pada tingkat kepercayaan 95%.¹⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode pengumpulan data yaitu survei melalui kuesioner, dengan teknik *purposive sampling* untuk pengambilan sampelnya. Sementara itu, perbedaan yang peneliti ini dan peneliti lakukan adalah peneliti sebelumnya menggunakan variabel dependen penggunaan *E-Wallet*, sedangkan peneliti menggunakan variabel dependen penggunaan aplikasi dana.
3. Nurya Dina Abrilia, dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Aplikasi Dana di Surabaya”.¹⁹ Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi dana di Surabaya. Persamaan penelitian ini

¹⁸Esther Rendy Gustantio, Amelia Setiawan, And Hamfri Djajadikerta, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, *Financial Literacy*, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z,” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, No. 3 (2024): 11261–73, <https://doi.org/10.31004/Innovative.V4i3.11417>.

¹⁹Nurya Dina Abrilia And Sudarwanto Tri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, No. 3 (2020): 1006–12, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/45517/38513/79988>

dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah Jenis penelitian yang dipakai sama-sama menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasinya ialah semua pengguna aplikasi dana. Sementara itu, perbedaan yang peneliti ini dan peneliti lakukan adalah terletak pada lokasi penelitian, dimana peneliti sebelumnya berlokasi di Surabaya, sedangkan peneliti melakukan penelitian yang berlokasi di Kota Palopo.

4. Widya Putri Lumita Sari *et al.* dengan judul “pengaruh persepsi kemudahan, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan qris pada mahasiswa akuntansi upn “veteran” jawa timur”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, gaya hidup, dan kepercayaan berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap minat penggunaan qris pada mahasiswa akuntansi di UPN "Veteran" Jawa Timur.²⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama sama menggunakan persepsi kemudahan sebagai variabel bebasnya. Sementara itu, perbedaan yang penelitian ini dan peneliti lakukan adalah penelitian ini berfokus pada qris sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu berfokus pada aplikasi dana.
5. Tiara Ledy Afista *et al.* dengan judul “analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital *e-wallet* dana”. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga alasan mendasar yang mendukung perilaku konsumtif gen Z, yaitu pelayanan dan fitur yang menarik, kenyamanan, dan kemudahan

²⁰Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, And Universitas Pembangunan, “Pengguna Qris Di Indonesia” 08 (2024): 285–93.

penggunaan *e-wallet* itu sendiri.²¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama sama meneliti aplikasi digital dana dan sama sama menggunakan teknik analisis deskriptif. Sementara itu, perbedaan yang penelitian ini dan yang peneliti lakukan adalah penelitian ini memilih gen-z sebagai sampelnya sedangkan peneliti tidak.

B. Landasan Teori

1. Gaya Hidup Konsumtif

a. Definisi gaya hidup konsumtif

Gaya hidup di identifikasikan sebagai cara hidup dimana seseorang menghabiskan waktu mereka. Konsep gaya hidup dan kepribadian sering kali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan pada seseorang individu bagaimana ia menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana memanfaatkan waktunya.²² Gaya hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Sutisna gaya hidup di definisikan sebagai cara hidup yang di identifikasi bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam

²¹Tiara Ledy Afista Et Al., “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-Wallet Dana,” *Jurnal Pendidika Tambusai* 8, No. 1 (2024): 3344–50.

²²Jefri Putri Nugraha Et Al., *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*, 2021.

lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya, gaya hidup juga didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uangnya.²³

Konsumtif yang berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu yang berperilaku boros untuk yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku mengonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan bukan kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan gaya hidup yang bermewah-mewah.²⁴

Menurut Tjiptono Gaya hidup konsumtif adalah suatu perilaku seseorang yang cenderung membelanjakan pendapatannya untuk membeli barang-barang yang kurang atau tidak dibutuhkan hanya demi memenuhi keinginan dan prestise.²⁵ Cahyana memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengonsumsi berbagai macam barang kebutuhan, perilaku konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar daripada nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Mowen dan Minor juga mengemukakan perilaku konsumtif yang terjadi pada individu disebabkan karena bertindak secara emosional tanpa

²³Yunita And Yessy Artanti, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria Di Kabupaten Mojokerto," Jurnal Ilmu Manajemen 2, No. 4 (2014): 1433–43.

²⁴Idris Maulana Et Al., "*Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Konsumen*," 2021, 1–97.

²⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, vol. 1 (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>.

didasari dengan perencanaan dan melihat kebutuhan tetapi hanya ingin memenuhi suatu kepuasan dalam diri sendiri, dalam memenuhi suatu keinginan yang dianggap menarik, kemudian pembelanjaan dilakukan dengan tidak mempertimbangkan lagi sisi keuangan dan juga mendefinisikan kelompok referensi sebagai kelompok yang dianggap sebagai kerangka rujukan bagi individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi bagi mereka.²⁶

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Suyasa dan Fransisca Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1) Hadirnya iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional.

²⁶Nurmala Deviyaanti And Miftkhul Jannah, “*Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Atlet Mahasiswa*,” *Character : Jurnal Penelitian Psikologi* 9, No. 3 (1997): 13–22, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/45804>

2) Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik.

3) Gaya Hidup

Menurut Chaney munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup, pembelian barang bermerek dan mewah dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

4) Kartu Kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.²⁷

c. Indikator perilaku konsumtif

Gaya hidup konsumtif pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 indikator yaitu:

1) Membeli Produk untuk Koleksi

Konsumen cenderung membeli produk dengan variasi berbeda misalnya, warna berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama

2) Membeli produk yang biasanya digunakan kalangan menengah ke atas

Ini merujuk pada perilaku konsumsi di mana seseorang yang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah, memilih untuk

²⁷Sl.Triyaningsih, "Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Sl. Triyaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 11, No. 2 (2011): 172–73.

membeli barang atau jasa yang biasanya dikonsumsi oleh kelompok sosial-ekonomi yang lebih tinggi. Ini sering dilakukan untuk meningkatkan status sosial atau memberikan kesan bahwa mereka termasuk dalam kelompok tersebut.²⁸

3) Membeli produk karena kemasan menarik

Perilaku ini merujuk pada konsumen yang dipengaruhi oleh desain, warna, bentuk, atau estetika kemasan suatu produk. Konsumen cenderung memilih dan membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan atau fungsi utama produk tersebut, melainkan karena tertarik dengan tampilan kemasannya yang unik, estetik, atau inovatif.²⁹

4) Melakukan pembelian barang hanya untuk alasan penampilan dan gengsi

Kebanyakan orang sering memiliki keinginan besar membeli barang untuk mendapatkan penampilan atau gaya yang unik agar mendapatkan perhatian orang.

5) Membuat keputusan untuk membeli barang hanya berdasarkan harga tanpa mempertimbangkan manfaatnya

Ketika mereka berperilaku dan menunjukkan gaya hidup mereka yang mewah, sering kali membeli banyak barang mewah tanpa memikirkan manfaatnya.

²⁸Eni Nur Aini And Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, No. 1 (2020): 17, <https://doi.org/10.21043/Bisnis.V8i1.6712>.

²⁹A.Nooriah Mujahidah, "Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar)," *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganan*, 2020, 4, <http://eprints.unm.ac.id/eprint/18970%0a>.

6) Melakukan pembelian barang untuk sekedar menjaga status sosial

Orang-orang yang memiliki kemampuan untuk membeli berbagai barang untuk menunjang penampilannya sering kali melakukan pembelian tersebut untuk tampil eksklusif dan menunjukkan status sosialnya yang tinggi.³⁰

2. Persepsi Kemudahan

a. Definisi persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang berlebihan. Dengan definisi tersebut, dapat ditegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang terkait tahapan pengambilan keputusan. Ketika seseorang merasa yakin dengan sistem teknologi yang mudah dioperasikan maka seseorang akan menggunakan sistem tersebut. Begitu pun sebaliknya jika seseorang merasa penggunaan teknologi susah dioperasikan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan teknologi itu.³¹

Menurut Davis persepsi kemudahan yang dirasakan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan bebas usaha.³² Persepsi kemudahan adalah suatu indikator seorang pengguna

³⁰Instruction For And Preparing Manuscript, "Diponegoro Journal Of Islamic Economics And Business" 1, No. 3 (2021): 185–94.

³¹Nursiah Nursiah, Muh. Ferils, And Jamaludin Kamarudin, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking," *Akuntabel* 19, No. 1 (2022): 91–100, <https://doi.org/10.30872/Jakt.V19i1.10711>.

³² Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, <https://doi.org/10.2307/249008>.

sistem elektronik yang meyakini bahwa komputer mampu dipahami dan digunakan dengan praktis yang artinya kepercayaan seseorang diukur dari teknologi tertentu bahwa teknologi tersebut akan mudah dipahami dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Oleh karena itu, jika seseorang meyakini bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka akan mempengaruhi minatnya dalam menggunakan teknologi tersebut, begitupun sebaliknya.³³

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan

Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor:

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan penggunaan
- 2) Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme

³³Alif Ainul Khatimah Sulmi Et Al., “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar),” *Islamic Banking, Economic And Financial Journal* 1, No, No. 2 (2021): 60.

pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.³⁴

c. Indikator persepsi kemudahan

Indikator dari persepsi kemudahan menurut Davis adalah sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Merupakan suatu kondisi dimana seorang konsumen percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu dapat dengan mudah untuk dipelajari.

2) Dapat dikontrol (*controllable*)

Merupakan suatu kondisi dimana seorang konsumen percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu mudah untuk dikontrol penggunaannya.

3) Fleksibel (*flexible*)

Merupakan suatu kondisi dimana seorang konsumen percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu dapat disesuaikan dengan keadaan tertentu.

4) Mudah digunakan (*easy to use*)

Merupakan suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu mudah untuk digunakan.

5) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

³⁴Muhammad Qoes Atieq and Mar'atul Azizah, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital Di Pegadaian Syariah Indramayu," *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 15, No. 1 (2022): 1–17, <https://doi.org/10.33558/Optimal.V15i1.3009>.

Merupakan suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu mudah untuk dimengerti.³⁵

3. keputusan penggunaan

a. Devinisi keputusan penggunaan

Keputusan penggunaan merujuk pada proses di mana konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu layanan digital atau aplikasi tertentu setelah mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut. Dalam konteks aplikasi digital, keputusan penggunaan mencakup tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan penggunaan adalah bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.³⁶

Keputusan penggunaan merujuk pada keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi mengenai bagaimana mereka akan menggunakan sesuatu seperti produk, layanan, teknologi, atau sumber daya tertentu. Keputusan ini sering kali melibatkan pertimbangan terkait manfaat, biaya, risiko, dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks yang lebih formal, istilah "keputusan penggunaan" juga dapat merujuk pada kebijakan atau

³⁵Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavhianty, And Agus Edy Rangkuti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo," *Konsep: Konferensi Nasional Social And Engineering Polmed* 2, No. 1 (2021): 635–45, <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/konsep2021/article/view/654>.

³⁶ *Jurnal Penelitian and Kepada Masyarakat*, "Akses Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Tokopedia: Dampak Dari Brand Image Kepercayaan dan Lifestyle (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi) I," No. 2085 (N.D.), <https://ojs.unr.ac.id/index.php/akses/article/view/1242>

pedoman yang mengatur bagaimana suatu produk atau sistem digunakan, termasuk aspek legal dan etis.

b. Tahapan dalam pengambilan keputusan

Merujuk pada langkah-langkah yang diambil oleh individu atau organisasi dalam membuat keputusan yang tepat dan efektif. Proses pengambilan keputusan ini dapat dibagi dalam beberapa tahap yang umumnya meliputi:

1) Identifikasi Masalah atau Kesempatan

Tahap pertama adalah mengenali masalah atau kesempatan yang ada. Ini melibatkan pemahaman situasi yang sedang dihadapi dan menentukan apakah keputusan perlu diambil untuk memperbaiki keadaan atau memanfaatkan kesempatan yang ada.

2) Pengumpulan Informasi

Setelah masalah diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengumpulkan informasi yang relevan. Informasi ini diperlukan untuk menganalisis berbagai alternatif keputusan.

3) Penentuan Alternatif Keputusan

Berdasarkan informasi yang terkumpul, tahap selanjutnya adalah mencari dan mengembangkan berbagai alternatif solusi atau tindakan yang dapat diambil.

4) Evaluasi Alternatif

Setelah alternatif dipilih, perlu dilakukan evaluasi terhadap masing-masing alternatif berdasarkan kriteria tertentu seperti biaya, manfaat, risiko, dan implikasi jangka panjang.

5) Pemilihan Alternatif

Pada tahap ini, alternatif terbaik dipilih berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya.

6) Implementasi Keputusan

Keputusan yang telah diambil harus dilaksanakan secara efektif. Ini termasuk penyusunan rencana tindakan dan alokasi sumber daya untuk implementasi.

7) Evaluasi dan Pengawasan

Setelah keputusan diimplementasikan, tahap terakhir adalah melakukan evaluasi untuk menilai apakah keputusan tersebut berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Jika tidak, perbaikan dapat dilakukan.³⁷

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dapat mencakup berbagai elemen yang dapat mempengaruhi individu atau organisasi dalam mengambil keputusan terkait penggunaan sumber daya, produk, atau layanan. Faktor-faktor ini dapat dikategorikan menjadi beberapa aspek, di antaranya:

³⁷Steven Rogelberg, *Organizational Behavior, Encyclopedia Of Industrial and Organizational Psychology*, 2013, <https://doi.org/10.4135/9781412952651.N207>.

1) Faktor Ekonomi

Keputusan sering dipengaruhi oleh faktor ekonomi, seperti biaya, manfaat, dan sumber daya yang tersedia. Individu atau organisasi cenderung memilih opsi yang memberikan keuntungan ekonomi terbesar atau yang paling efisien dalam hal penggunaan sumber daya.

2) Faktor Sosial dan Budaya

Pengaruh sosial dan budaya juga penting dalam pengambilan keputusan. Nilai-nilai budaya, norma sosial, dan tekanan sosial dapat memengaruhi keputusan, baik dalam konteks pribadi maupun organisasi. Misalnya, preferensi budaya terhadap jenis produk atau gaya hidup tertentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

3) Faktor Psikologis

Aspek psikologis seperti persepsi, sikap, motivasi, dan pengalaman sebelumnya dapat mempengaruhi cara seseorang membuat keputusan. Keputusan yang diambil sering kali berdasarkan bagaimana individu merasakan atau menganggap sesuatu, bukan hanya berdasarkan informasi objektif.

4) Faktor Lingkungan dan Teknologi

Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan, baik dalam bentuk alat, sistem, atau metode baru. Selain itu, faktor lingkungan eksternal, seperti regulasi atau tren industri, juga dapat memengaruhi keputusan, seperti penerapan teknologi ramah lingkungan atau adaptasi terhadap perubahan pasar.

5) Faktor Kebijakan dan Regulasi

Kebijakan pemerintah, regulasi industri, atau standar yang berlaku dapat memiliki dampak signifikan terhadap keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi. Misalnya, keputusan untuk menggunakan produk atau layanan tertentu dapat dipengaruhi oleh peraturan yang mengatur keamanan, kualitas, atau dampak lingkungan

6) Faktor Waktu dan Kondisi

Waktu yang tersedia untuk mengambil keputusan serta kondisi pasar atau situasi tertentu dapat mempengaruhi keputusan penggunaan. Dalam beberapa kasus, keputusan mungkin harus diambil dengan cepat atau berdasarkan kebutuhan mendesak, yang dapat membatasi pilihan yang ada.

d. Indikator keputusan penggunaan

Menurut Kotler & Keller indikator yang sering digunakan dalam pengambilan keputusan penggunaan adalah sebagai berikut:

1) Kesesuaian dengan Tujuan

Indikator ini mengukur sejauh mana keputusan penggunaan mendukung tujuan atau kebutuhan individu atau organisasi. Keputusan yang baik adalah yang dapat memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2) Efisiensi Biaya

Indikator ini menilai apakah keputusan yang diambil memberikan hasil yang optimal dengan biaya yang terjangkau. Efisiensi biaya sering kali

menjadi prioritas utama dalam keputusan penggunaan, terutama dalam konteks bisnis.

3) Keuntungan atau Manfaat yang Diperoleh

Keputusan penggunaan dievaluasi berdasarkan manfaat atau keuntungan yang diperoleh setelah keputusan tersebut diimplementasikan. Ini bisa berupa peningkatan kinerja, produktivitas, atau kualitas hidup.

4) Risiko dan Ketidakpastian

Keputusan juga perlu dievaluasi berdasarkan risiko yang terlibat. Ini mencakup potensi kerugian atau kerusakan yang dapat timbul dari penggunaan atau penerapan pilihan tertentu, serta tingkat ketidakpastian yang ada dalam keputusan tersebut.³⁸

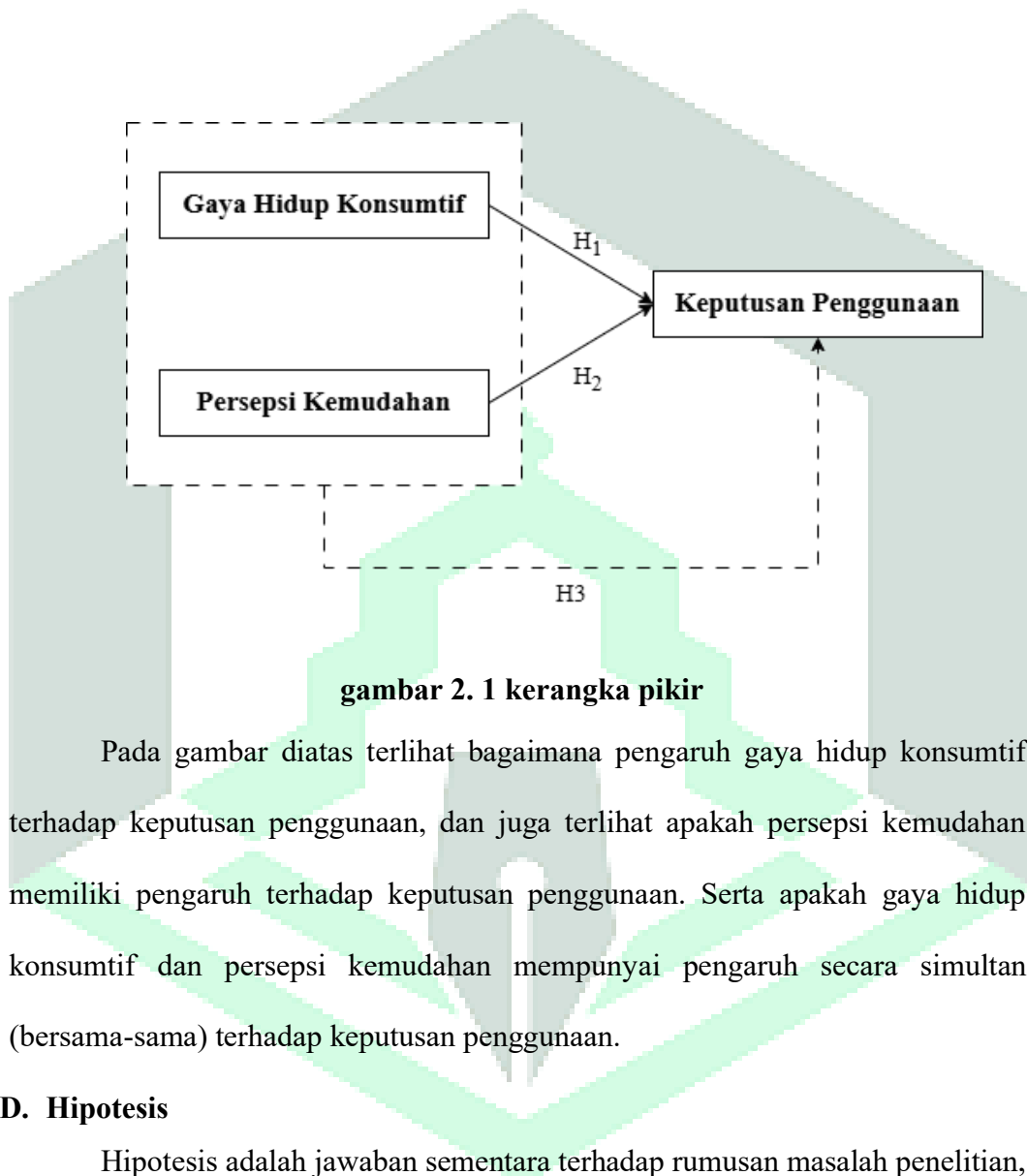
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.³⁹ Dilihat dari jenis variabel, maka yang termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, sehingga variabel bebas disini adalah gaya hidup konsumtif (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan penggunaan (Y). Kerangka pikir dalam suatu penulisan perlu dijelaskan apabila dalam penulisan itu berkenan

³⁸Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Ed. Stephanie Wall, 1st Ed. (London: British Library Cataloguing, 2016), 125

³⁹Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021), 104

dua variabel atau lebih. Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis seringkali dikaitkan hasil penelitian sementara, karena

jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁰

1. H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan

H_1 : Terdapat pengaruh antara gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan

2. H_0 : Tidak ada pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan

H_2 : Terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan

3. H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan antara gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan

H_3 : Terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan

⁴⁰Cht Prof. Dr. H. Sidik Priadana, Ms dan Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Pascal Books, 2021), 109

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana dalam berbelanja online. Peneliti menggunakan metode kuantitatif karena penelitian ini mengambil data dalam jumlah yang banyak. Bisa puluhan, ratusan, atau mungkin ribuan. Hal ini dikarenakan populasi responden penelitian kuantitatif sangat luas. Oleh karena itu, peneliti menggunakan perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26 untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun waktu penelitian yang dilakukan peneliti selama 2 bulan.

C. Definisi Operasional

Untuk mencegah timbulnya kesalahpahaman atau salah penafsiran dari pembaca. Peneliti terlebih dahulu mengemukakan makna dari beberapa kata dalam Penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Gaya hidup konsumtif	Gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup yang terjadi pada individu disebabkan karena bertindak secara emosional tanpa didasarkan lagi dengan perencanaan dan melihat kebutuhan tetapi hanya ingin memenuhi suatu kepuasan dalam diri sendiri.	1) Membeli Produk untuk Koleksi. 2) membeli produk yang biasanya digunakan kalangan menengah ke atas. 3) Membeli produk karena kemasan menarik. 4) Melakukan pembelian barang hanya untuk alasan penampilan dan gengsi. 5) Membuat keputusan untuk membeli barang hanya berdasarkan harga tanpa mempertimbangkan manfaatnya. 6) Melakukan pembelian barang untuk sekedar menjaga status sosial
Persepsi kemudahan	Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang berlebihan.	1. Mudah dipelajari (easy to learn) 2. Dapat dikontrol (controllable) 3. Fleksibel (flexible) 4. Mudah digunakan (easy to use) 5. Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable)
Keputusan penggunaan	Keputusan penggunaan merujuk pada keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi mengenai bagaimana mereka akan menggunakan sesuatu,	1. Kesesuaian dengan Tujuan 2. Efisiensi Biaya 3. Keuntungan atau Manfaat yang Diperoleh 4. Risiko dan Ketidakpastian

seperti produk, layanan,
teknologi, atau sumber
daya tertentu.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa aplikasi dana telah menjadi salah satu alat pembayaran digital yang cukup populer, terutama di kalangan masyarakat perkotaan yang mulai terbiasa dengan transaksi digital. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Palopo yang jumlahnya tidak diketahui sehingga dikategorikan dalam populasi informatif.⁴¹

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, sampel digunakan untuk menyederhanakan pengumpulan data, terutama ketika populasi sangat besar atau tidak mungkin dijangkau

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (bandung: Alfabeta, 2019).

seluruhnya. Peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan data konsumen yang menggunakan aplikasi dana sehingga menggunakan teknik *purposive sampling*. Dikarenakan jumlah populasi yang besar, jumlah konsumen yang tidak diketahui dan tidak terhingga, maka peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel. Rumus *Lemeshow*, yaitu : ⁴²

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah Sampel

$z^2 1 - \alpha / 2$: Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : porporasi populasi yang tidak diketahui = 50% = 0,5

d :Tingkat kesalahan atau *sampling error* = 10% = 0,10

Melalui rumus diatas maka jumlah sampel yang akan diambil yaitu :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 p (1 - p)}{d^2}$$

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

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

⁴²Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

0,01

$n = 96,04 = 96$ Responden

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus di atas sebanyak 96 orang. Jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden masyarakat yang menggunakan aplikasi digital dana di kota Palopo

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian kita memerlukan teknik pengumpulan data, untuk keperluan tersebut ada beberapa instrumen pengumpulan data yang dapat digunakan oleh peneliti. Instrumen tersebut diantaranya : kuesioner (angket), wawancara, observasi dan dokumentasi. Sehingga, dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian, yaitu kuesioner dalam penelitian ini dibagikan dalam bentuk *google form*. Daftar pertanyaan/pernyataan bersifat terbuka dan opsi jawaban telah ditentukan menggunakan skala likert. Adapun alternatif jawaban yang disediakan yaitu:

1. Sangat tidak setuju (STS) : Skor/bobot 1
2. Tidak setuju (TS) : Skor/bobot 2
3. Setuju (S) : Skor/bobot 3
4. Sangat setuju (SS) : Skor/bobot 4.⁴³

⁴³Heru Kurniawan, *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*, Deepublish (Yogyakarta: Deepublish, 2021), <https://repository.deepublish.com/media/publications/591749-pengantar-praktis-penyusunan-instrumen-p-bdf50c9d>.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur.⁴⁴ Tujuan dilakukannya uji validitas adalah untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan benar apabila telah uji dan mendapatkan nilai yang valid. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai R hitung dengan nilai R tabel. Pernyataan dapat dikatakan valid apabila $R \text{ hitung} > R \text{ tabel}$ apabila instrumen penelitian valid dapat diartikan alat ukur yang dipakai dalam memperoleh data pun juga valid, ketika instrumen ini valid maka instrumen tersebut pun bisa dipakai atau disebar langsung ke responden.⁴⁵ Adapun jumlah R Tabel dalam penelitian ini yaitu 0,1654 karena memiliki taraf kesalahan sebesar 10% atau 0,1.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsisten suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji realibilitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item yang digunakan pada setiap variabel memiliki kestabilan apabila di uji dari waktu ke waktu. Data variabel akan dikatakan reliabel apabila memberikan perhitungan $\alpha > 0,6$. Instrumen yang reliabel

⁴⁴Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Bantul Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021). Hlm. 65

⁴⁵Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2017), 121

merupakan data yang jika dipergunakan sebanyak apapun untuk mengukur objek yang sama akan tetap memperoleh hasil yang sama pula.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prosedur yang lazim digunakan untuk menilai kelayakan dan keandalan suatu model regresi, serta sebagai syarat sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Jenis-jenis pengujian dalam uji asumsi klasik antara lain mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut berdistribusi secara normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.⁴⁶

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak ada multikolinearitas, namun jika ada

⁴⁶Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Bantul Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021), 69

terjadi multikolinearitas konsekuensinya yaitu tingkat kesalahan menjadi besar karena koefisien korelasinya tidak tentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji adanya multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 dapat bahwa tidak ada multikolinearitas pada data yang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi yang baik.⁴⁷

2. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat) secara simultan. Model ini digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan hubungan linier antara beberapa faktor bebas dan hasil yang diamati pada variabel terikat.

⁴⁷Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 80

Menurut ghozali Regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan tujuan untuk membuat prediksi atau estimasi terhadap nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel bebas. Rumus persamaan Regresi Berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:⁴⁸

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = *Financial management behavior*

X_1 = *Financial knowledge*

X_2 = *Financial attitude*

α = konstanta (apabila nilai X sebesar 0, maka Y akan sebesar α atau konstanta)

β_1, β_2 = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

ε = *Disturbance error*.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji T atau uji parsial bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05 dengan ketentuan:

⁴⁸ Riyanto and Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen*.

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka H_0 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Simultan atau uji F ini bertujuan untuk mengetahui terdapat tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05.

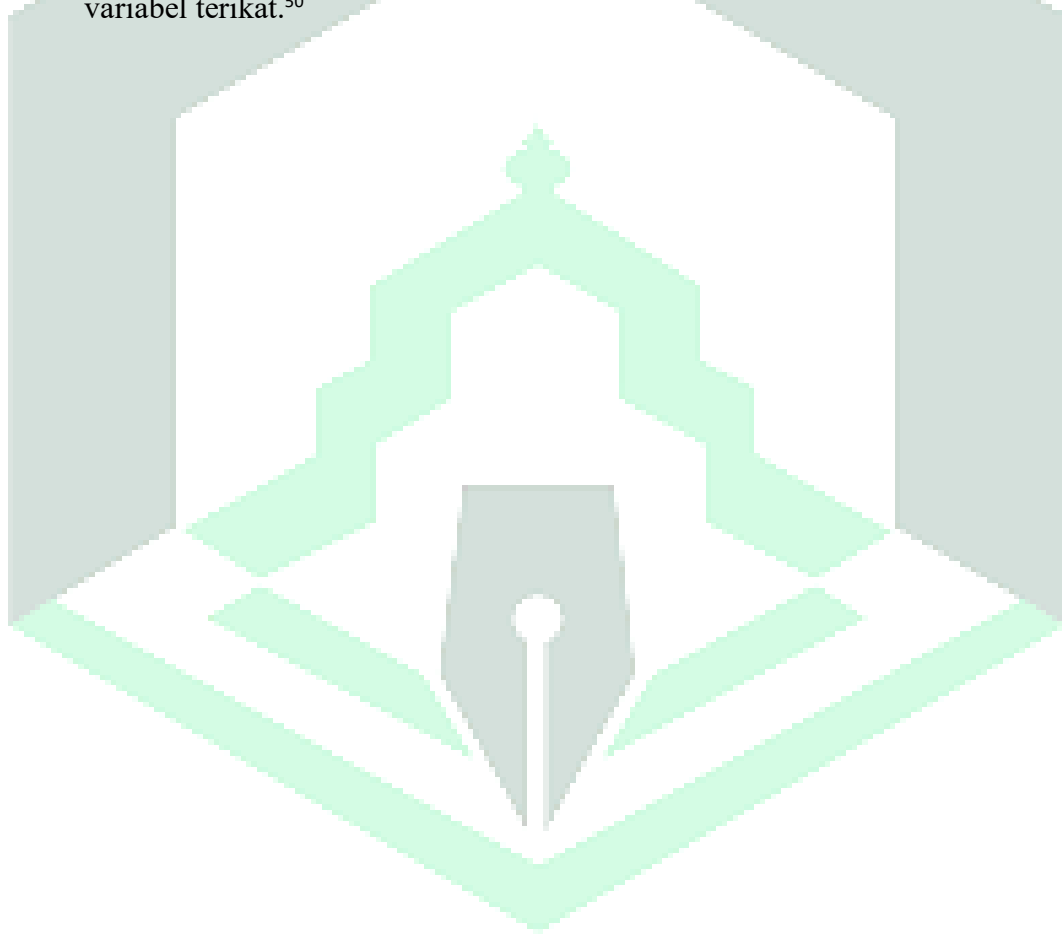
Dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁹

⁴⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. M.Si Dr. Ir. Try Koryati (jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021).

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Uji R atau Koefisien Determinan pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinan dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁰



⁵⁰Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021), 54

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi

Kota Palopo adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Secara geografis, Kota Palopo terletak di bagian utara provinsi dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Luwu di sebelah utara dan selatan, serta Teluk Bone di sebelah timur. Kota ini memiliki posisi strategis sebagai pusat ekonomi, pemerintahan, dan layanan publik di wilayah Luwu Raya. Luas wilayah Kota Palopo mencapai sekitar 247,52 km² dan secara administratif terdiri atas 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Kota ini berada di ketinggian antara 0 hingga 170 meter di atas permukaan laut, dengan iklim tropis yang dipengaruhi oleh pola angin musiman. Suhu rata-rata berkisar antara 25°C hingga 33°C sepanjang tahun.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Palopo (BPS, 2024), jumlah penduduk pada pertengahan tahun 2023 tercatat sekitar 180.518 jiwa.⁵¹ Komposisi penduduk terdiri dari berbagai latar belakang etnis dan budaya, dengan mayoritas penduduk berasal dari suku Bugis dan Luwu. Islam merupakan agama mayoritas yang dianut oleh penduduk kota ini. Secara historis, Palopo merupakan bagian dari Kerajaan Luwu, salah satu kerajaan Islam tertua di Indonesia. Jejak sejarah kota ini dapat dilihat dari keberadaan Masjid Tua Palopo yang dibangun pada tahun 1604, yang menjadi simbol

⁵¹ Muhammad Rismat, "Kota Palopo Dalam Angka 2024.," BPS Kota Palopo, 2024, <https://web-https://palopokota.bps.go.id/id>.

penyebaran Islam di kawasan tersebut. Palopo juga pernah menjadi pusat pemerintahan Luwu sebelum kemudian berkembang menjadi kota administratif pada tahun 1986 dan menjadi kota otonom berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 pada tanggal 10 April 2002.

Secara ekonomi, Palopo berperan sebagai pusat perdagangan dan jasa di wilayah Luwu Raya. Aktivitas ekonomi masyarakat didominasi oleh sektor perdagangan, jasa, industri kecil dan menengah, serta pertanian dan perikanan. Pemerintah Kota Palopo terus mengembangkan infrastruktur, pelayanan publik, dan transformasi digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dengan pertumbuhan penduduk dan kemajuan teknologi, penggunaan aplikasi digital termasuk dompet digital seperti dana semakin populer di kalangan masyarakat Kota Palopo, khususnya generasi muda. Hal ini menjadikan kota ini sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti perilaku konsumen terhadap aplikasi digital dalam konteks belanja online.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin, status responden dan usia. Adapun penjelasan terkait dengan karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Jenis kelamin

Karakteristik jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui proporsi responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini. Jenis kelamin dapat mempengaruhi preferensi dan perilaku penggunaan teknologi, termasuk aplikasi pembayaran digital. Responden terdiri dari:

tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	69	71%
Laki - Laki	31	31%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden, diperoleh data bahwa responden terdiri dari 31 orang laki-laki (31%) dan 69 orang perempuan (69%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Dominasi responden perempuan dapat mengindikasikan bahwa perempuan lebih aktif atau lebih sering menggunakan aplikasi dana untuk berbelanja online dibandingkan laki-laki, khususnya di wilayah Kota Palopo.

2. Status responden

Status responden mengacu pada kondisi pekerjaan atau aktivitas utama responden saat ini. Data ini penting untuk melihat keterkaitan antara aktivitas ekonomi dan penggunaan aplikasi digital. Status yang dicakup antara lain:

tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Statusnya

Status	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	56	56%
Pekerja	40	40%
Pelajar	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah, 2025)

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah mahasiswa, yaitu sebanyak 56%. Responden dari kalangan pekerja juga menempati proporsi yang cukup besar, yaitu 40%. Sementara itu, kelompok siswa berjumlah relatif kecil, hanya 4%, yang kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan akses ke akun keuangan pribadi atau karena sebagian besar transaksi mereka masih bergantung pada orang tua. Dominasi mahasiswa dan pekerja sebagai responden menggambarkan bahwa penelitian ini relevan dengan kelompok usia produktif yang memiliki kebiasaan konsumsi digital tinggi, serta menjadi target pasar utama aplikasi pembayaran digital seperti dana.

3. Usia

Usia responden dibagi dalam beberapa rentang untuk menggambarkan kelompok demografis pengguna aplikasi dana. Usia menjadi faktor penting karena berkaitan dengan tingkat literasi digital, kebiasaan konsumsi, dan adopsi teknologi. Kategori usia yang umum digunakan yaitu:

tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 – 27 tahun	80	80%
28 – 36 tahun	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah, 2025)

Berdasarkan data pada Tabel 4.3, diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 17–27 tahun sebanyak 80 orang atau 80% dari total responden. Sementara itu, responden yang berusia 28–36 tahun berjumlah 20 orang atau 20%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi dana untuk belanja online di Kota Palopo berasal dari kelompok usia muda, khususnya generasi remaja akhir hingga dewasa awal. Kelompok usia ini cenderung lebih terbuka terhadap inovasi teknologi, memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, serta lebih aktif dalam aktivitas belanja daring.

Sementara itu, proporsi responden usia 28–36 tahun juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi dana tidak hanya terbatas pada kalangan muda, tetapi juga mulai diadopsi oleh kelompok usia produktif yang lebih matang. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi pembayaran digital telah merambah berbagai kelompok usia dengan tingkat adaptasi yang semakin luas.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen (seperti angket atau kuesioner) mampu mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai dengan konsep atau variabel penelitian. Dengan kata lain, validitas menunjukkan tingkat ketepatan dan ketepatan alat ukur dalam menggambarkan realitas yang ingin diteliti. Jika suatu item dalam kuesioner memiliki validitas tinggi, maka item tersebut dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang benar dan relevan. Uji validitas dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid.⁵²

tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas gaya Hidup Konsumtif

Variabel Gaya			
Hidup	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Konsumtif(X1)			
GHK1	0.456	0.2876	Valid
GHK2	0.391	0.2876	Valid
GHK3	0.377	0.2876	Valid

⁵²MPH Dodiet Aditya Setyawan, SKM, "Buku Petunjuk Praktikum Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS," *Www.Researchgate.Net*, no. July (2022): 12.

GHK4	0.388	0.2876	Valid
GHK5	0.366	0.2876	Valid
GHK6	0.491	0.2876	Valid
GHK7	0.405	0.2876	Valid
GHK8	0.378	0.2876	Valid
GHK9	0.372	0.2876	Valid
GHK10	0.524	0.2876	Valid
GHK11	0.414	0.2876	Valid
GHK12	0.369	0.2876	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Nilai yang diperoleh untuk setiap pernyataan yang ditunjukkan pada tabel diatas dinyatakan valid pada variabel gaya hidup konsumtif. (X1), Dimana setiap pernyataan mempunyai nilai r hitung > 0.2876 .

tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Variabel Persepsi kemudahan(X2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PK1	0.580	0.2876	Valid
PK2	0.389	0.2876	Valid
PK3	0.422	0.2876	Valid
PK4	0.411	0.2876	Valid
PK5	0.398	0.2876	Valid
PK6	0.381	0.2876	Valid

PK7	0.418	0.2876	Valid
PK8	0.625	0.2876	Valid
PK9	0.533	0.2876	Valid
PK10	0.450	0.2876	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Nilai yang diperoleh untuk setiap pernyataan yang ditunjukkan pada tabel diatas dinyatakan valid pada variabel persepsi kemudahan. (X2)

Dimana setiap pernyataan mempunyai nilai r hitung > 0.2876

tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan

Variabel <i>Financial</i>			
<i>Keputusan</i>	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Penggunaan(Y)</i>			
KP1	0.709	0.2876	Valid
KP2	0.700	0.2876	Valid
KP3	0.581	0.2876	Valid
KP4	0.548	0.2876	Valid
KP5	0.417	0.2876	Valid
KP6	0.769	0.2876	Valid
KP7	0.556	0.2876	Valid
KP8	0.573	0.2876	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Nilai yang diperoleh untuk setiap pernyataan yang ditunjukkan pada tabel diatas dinyatakan valid pada variabel Keputusan

Penggunaan. (Y), Dimana setiap pernyataan mempunyai nilai r hitung > 0.2876 .

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah suatu teknik dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan hasil pengukuran yang dilakukan dengan instrumen yang sama dalam waktu berbeda atau oleh responden yang berbeda. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah instrumen penelitian (seperti kuesioner) dapat memberikan hasil yang stabil, dan tidak berubah-ubah jika digunakan dalam kondisi yang serupa. Dasar dalam pengambilan keputusan pada uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka instrumen (kuesioner atau angket) dianggap reliabel atau konsisten.
- b. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen tersebut dinilai tidak reliabel atau tidak konsisten⁵³

⁵³ Dian Ayunita, "Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas," *Statistika Terapan*, no. October (2018): 1, https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas.

tabel 4. 7 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Gaya hidup konsumtif	0.60	0.816	Reliable
Persepsi Kemudahan	0.60	0.626	Reliable
Keputusan Penggunaan	0.60	0.741	Reliable

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Pada Tabel 4.7 diatas terlihat bahwa variabel gaya hidup konsumtif mempunyai nilai cronbach's alpha sebesar 0, 816 variabel persepsi kemudahan mempunyai nilai cronbach's alpha sebesar 0,626 variabel dan keputusan penggunaan mempunyai nilai cronbach's alpha sebesar 0,741. Nilai reliabel semua variabel memiliki nilai yang lebih besar dari nilai kriteria cronbach alpha 0,60, maka dapat dikatakan semua variabel reliabel dan layak digunakan sebagai data penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah data dalam suatu variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Oleh karena itu, uji normalitas sangat penting dilakukan sebelum peneliti melanjutkan ke tahap analisis inferensial.

- 1) Jika nilai signifikansi (probabilitas) $> 0,05$ menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (probabilitas) $< 0,05$ menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi norma.⁵⁴

tabel 4. 8 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.72820679
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.067
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Tabe.l 4.9, nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.080, dengan signifikansi 0,113. Karena nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji *Multikolonieritas*

Uji multikolinearitas adalah uji statistik yang digunakan dalam analisis regresi linear untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang sangat tinggi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Jika dua atau

⁵⁴Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Korya.ti (Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2021).

lebih variabel independen sangat berkorelasi satu sama lain, maka dikatakan terjadi multikolinearitas, dan hal ini dapat mengganggu keakuratan model regresi.

- 1) Tidak ada gejala *multikolinearitas* jika nilai *Tolerance* $> 0,100$ dan $VIF < 10,00$.
- 2) Gejala *multikolinearitas* ditunjukkan jika nilai *Tolerance* $< 0,100$ dan $VIF > 10,00$

tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14.093	3.265		4.316	.000		
Gaya Hidup Konsumtif	.037	.060	.057	.622	.536	.996	1.004
Persepsi Kemudahan	.333	.073	.418	4.535	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Pada tabel 4.10 di atas diketahui bahwa nilai VIF (*Variance. Inflation Factor*) untuk variabel gaya hidup konsumtif, (X_1) adalah $1.004 < 10$ dan nilai *Tolerance value* sebesar $0,996 > 0,1$. Untuk variabel persepsi kemudahan, memiliki nilai VIF sebesar $4.153 < 10$ dan nilai *Tolerance. value.* sebesar $0.241 > 0,1$. Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independent.

c. Uji *Heteroskedastisitas*.

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear yang bertujuan untuk mengetahui apakah varians dari residual atau galat (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi) adalah konstan (homoskedastisitas) atau berubah-ubah (heteroskedastisitas) di seluruh rentang nilai variabel independent

- 1) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , maka tidak terdapat gejala *heteroskedastisitas*
- 2) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , maka tidak terdapat gejala *heteroskedastisitas*.

tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas Park

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	7.849	3.536		2.220	.029
1	Gaya Hidup Konsumtif	-.083	.065	-.126	-1.276	.205
	Persepsi Kemudahan	-.143	.080	-.178	-1.795	.076

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pada table. 4.11 di atas hasil pengolahan data bersifat heteroskedastisitas Park yaitu diperoleh nilai sig. untuk variabel gaya hidup konsumtif $0.205 > 0.05$ dan variabel persepsi kemudahan $0.076 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dalam bentuk hubungan linear. Teknik ini membantu peneliti memahami seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Adapun hasil output untuk analisis regresi pada penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.093	3.265		4.316	.000
	Gaya Hidup Konsumtif	.037	.060	.057	.622	.536
	Persepsi Kemudahan	.333	.073	.418	4.535	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 14.093 + (0.037) X_1 + (0.333) X_2 + e.$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien β_1 sebesar 0,037 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada gaya hidup konsumtif (X1) akan menyebabkan peningkatan pada keputusan penggunaan (Y) sebesar 0,037.
2. Koefisien β_2 sebesar 0,333 mengindikasikan bahwa peningkatan pada persepsi kemudahan (X2) diikuti oleh peningkatan keputusan penggunaan (Y) sebesar 0,333.

Dari kedua koefisien tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan adalah persepsi kemudahan (X2)

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (parsial)

Uji t (uji parsial) adalah metode statistik dalam analisis regresi linear yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap.

- 1) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

- 2) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen⁵⁵

Adapun hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	14.093	3.265		4.316	.000
1	Gaya Hidup Konsumtif	.037	.060	.057	.622	.536
	Persepsi Kemudahan	.333	.073	.418	4.535	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

$$t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

a = nilai signifikan atau tingkat kepercayaan (0,05)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

$$t_{\text{tabel}} = (0,05/2 ; 100-2-1)$$

⁵⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi penelitian* (Bantul Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021), 1-18.

$$= 0,025;97$$

$$= 1.984$$

Berdasarkan Tabel *Coefficients*, ditampilkan hasil Uji T yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen sebagai berikut:

- 1) Pengaruh gaya hidup konsumtif (X_1) terhadap keputusan penggunaan (Y) secara signifikan. Variabel gaya hidup konsumtif (X_1) yang memiliki nilai $t_{hitung} 0.622 < t_{tabel} 1.984$ dan nilai signifikansi sebesar $0.536 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dengan kata lain gaya hidup konsumtif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- 2) Pengaruh persepsi kemudahan (X_2) terhadap keputusan penggunaan (Y) secara signifikan. Variabel persepsi kemudahan (X_2) yang memiliki nilai $t_{hitung} 4.535 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dengan kata lain persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

b. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) adalah metode statistik dalam analisis regresi linear yang digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah model regresi yang dibentuk layak digunakan

dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), menggunakan derajat kebebasan (df) = $(n - k)$, di mana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen yang diteliti.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.⁵⁶

Hasil uji f pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

tabel 4. 13 Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	65.157	2	32.578	10.687	.000 ^b
1	Residual	295.683	97	3.048		
	Total	360.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Gaya Hidup Konsumtif

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

⁵⁶ Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021), 20.

$$F_{\text{tabel}} = (k ; n-k)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

$$F_{\text{tabel}} = 2 ; 100-2)$$

$$= 2 ; 98$$

$$= 3.09$$

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai F_{hitung} sebesar $10.687 > F_{\text{tabel}}$ sebesar 3.09, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) adalah teknik dalam regresi linear yang digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1 (atau 0% hingga 100%), di mana semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

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

tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.843	.349

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif dan Persepsi Kemudahan

sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan output di atas, nilai R Square sebesar 0,846 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup konsumtif (X₁) dan persepsi kemudahan (X₂) secara simultan memberikan kontribusi sebesar 84,6% terhadap variabel Keputusan penggunaan (Y). Sementara itu, sisanya sebesar 15,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian kepada para responden yaitu Masyarakat se-Kota Palopo yang menggunakan aplikasi dana, terdapat 130 responden dengan menggunakan data primer yaitu data dikumpulkan dari hasil penyebaran angket atau kuesioner Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup konsumtif (X₁) dan persepsi kemudahan (X₂) terhadap keputusan penggunaan (Y) berdasarkan hasil analisi yaitu:

1. Pengaruh gaya hidup konsumtif (X₁) terhadap keputusan penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif (X₁) memiliki nilai t_{hitung} $0,622 < t_{\text{tabel}} 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar 0.536

> 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dengan, kata lain gaya hidup konsumtif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti bahwa dalam konteks penelitian ini, gaya hidup konsumtif bukanlah faktor dominan yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dana. Temuan ini menggambarkan bahwa masyarakat Kota Palopo, khususnya pengguna dana, dalam konteks ini cenderung rasional dan mempertimbangkan aspek kemanfaatan dalam mengambil keputusan penggunaan, bukan semata-mata dorongan konsumsi atau keinginan belanja impulsif. Dari perspektif Islam, temuan ini mencerminkan nilai kesederhanaan (*al-qanā'ah*) dan penghindaran terhadap pemborosan (*tabdzīr*), yang sangat ditekankan dalam ajaran Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' [17]: 26–27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahnya:

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (26) Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. (27)”⁵⁷

Tafsir surah Al-Isra: 26–27 Allah swt memerintahkan kepada kaum Muslimin agar memenuhi hak keluarga dekat, orang-orang miskin, dan orang-orang yang dalam perjalanan. Hak yang harus dipenuhi itu ialah:

⁵⁷Qur'an Kemenag, “QS. Al-Isra' [17]:26-27,” Qur'an Kemenag, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/>.

mempererat tali persaudaraan dan hubungan kasih sayang, mengunjungi rumahnya dan bersikap sopan santun, serta membantu meringankan penderitaan yang mereka alami. Sekiranya ada di antara keluarga dekat, ataupun orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan itu memerlukan biaya untuk keperluan hidupnya maka hendaklah diberi bantuan secukupnya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Orang-orang yang dalam perjalanan yang patut diringankan penderitaannya ialah orang yang melakukan perjalanan karena tujuan-tujuan yang dibenarkan oleh agama. Orang yang demikian keadaannya perlu dibantu dan ditolong agar bisa mencapai tujuannya. Di akhir ayat, Allah swt melarang kaum Muslimin bersikap boros yaitu membelanjakan harta tanpa perhitungan yang cermat sehingga menjadi mubazir. Larangan ini bertujuan agar kaum Muslimin mengatur pengeluarannya dengan perhitungan yang secermat-cermatnya, agar apa yang dibelanjakan sesuai dengan keperluan dan pendapatan mereka. Kemudian Allah swt menyatakan bahwa para pemboros adalah saudara setan. Ungkapan serupa ini biasa dipergunakan oleh orang-orang Arab. Orang yang membiasakan diri mengikuti peraturan suatu kaum atau mengikuti jejak langkahnya, disebut saudara kaum itu. Jadi orang-orang yang memboroskan hartanya berarti orang-orang yang mengikuti langkah setan. Sedangkan yang dimaksud pemboros dalam ayat ini ialah orang-orang yang menghambur-hamburkan harta bendanya dalam perbuatan maksiat yang tentunya di luar perintah Allah. Orang-orang yang serupa

inilah yang disebut kawan-kawan setan.⁵⁸

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Esther Rendy Gustantio, Amelia Setiawan, dan Hamfri Djajadikerta, yang menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z. Penelitian ini juga sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis yang mengatakan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) adalah dua faktor utama yang memengaruhi seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi. Dengan demikian, meskipun seseorang memiliki gaya hidup konsumtif, jika aplikasi tersebut tidak dirasa mudah atau bermanfaat, maka besar kemungkinan ia tidak akan menggunakannya. Ini mendukung temuan bahwa gaya hidup konsumtif tidak otomatis mendorong keputusan penggunaan aplikasi dana.

2. Pengaruh persepsi kemudahan (X_2) terhadap keputusan penggunaan (Y)

Variabel pengaruh persepsi kemudahan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,535 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,535 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar

⁵⁸Tafsir AL-Qur'an, "QS. Al-Isra 26-27," Tafsir AL-Qur'an, 2025, <https://quran.nu.or.id/al-isra/27>.

kemungkinan mereka untuk memutuskan menggunakan aplikasi dana. temuan lainnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana. artinya, semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin besar kecenderungan masyarakat untuk menggunakannya.

nilai ini juga selaras dengan prinsip islam yang sangat mengutamakan kemudahan dalam menjalani kehidupan dan menghindari kesulitan. Allah swt berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ
وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahnya:

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.”⁵⁹

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Esther Rendy Gustantio dkk di mana persepsi kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* pada generasi Z. Temuan ini juga didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Dalam konteks ini, jika pengguna merasa bahwa aplikasi dana mudah digunakan,

⁵⁹Qur'an Kemenag, “QS. Al-Baqarah [2]: 185,” Qur'an Kemenag, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/>.

maka mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi dan terus menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dana. Oleh karena itu, pengembang aplikasi perlu terus meningkatkan kemudahan penggunaan untuk menarik dan mempertahankan pengguna.

3. Pengaruh gaya hidup konsumtif (X1) dan persepsi kemudahan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa variabel gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana pada masyarakat kota Palopo. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai F_{hitung} sebesar $10,687 > F_{tabel}$ sebesar 3,09. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima, yang berarti kedua variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dana masyarakat di kota Palopo. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kecenderungan konsumtif dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan aplikasi berperan penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan dompet digital seperti dana.

Meskipun analisis sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana, namun ketika dikombinasikan dengan persepsi kemudahan, kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh yang

signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi antara gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan dapat memperkuat keputusan penggunaan aplikasi dana. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Gustantio dkk yang menemukan bahwa gaya hidup konsumtif, literasi keuangan, dan persepsi kemudahan bertransaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z. Meskipun secara parsial gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan, namun secara simultan ketiga variabel tersebut memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*.

Temuan ini didukung oleh *technology acceptance model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi manfaat) adalah faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Dalam konteks ini, meskipun gaya hidup konsumtif tidak secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan, namun ketika dikombinasikan dengan persepsi kemudahan, dapat meningkatkan adopsi teknologi seperti aplikasi dana.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gaya hidup konsumtif (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y), sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.
2. Persepsi kemudahan (X_2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y), dengan demikian hipotesis kedua (H_2) diterima.
3. Variabel gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada masyarakat Kota Palopo yang menggunakan aplikasi dana. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis mengajukan beberapa saran berikut:

1. Bagi Pengembang Aplikasi dana, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana. Oleh karena itu, pengembang dana diharapkan terus meningkatkan antarmuka aplikasi yang user-friendly, mempercepat proses transaksi, serta memperjelas fitur-fitur utama agar dapat lebih mudah dipahami oleh pengguna

dari berbagai kalangan usia dan latar belakang pendidikan, khususnya di wilayah Kota Palopo.

2. Bagi Pihak Pemasaran dan Promosi Aplikasi dana, meskipun gaya hidup konsumtif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, namun dalam pengujian secara simultan gaya hidup tetap berkontribusi bersama dengan persepsi kemudahan. Oleh karena itu, strategi promosi dapat diarahkan untuk mengintegrasikan nilai-nilai gaya hidup praktis, efisien, dan serba digital, agar lebih menarik bagi pengguna yang konsumtif secara perilaku, terutama dari kalangan muda.
3. Bagi asyarakat Kota Palopo, Masyarakat diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan aplikasi dana sebagai alat pembayaran digital dengan bijak, terutama untuk keperluan belanja online. Selain kemudahan dan kecepatan, pengguna juga perlu memperhatikan aspek keamanan dan pengelolaan keuangan agar tidak terjebak dalam konsumsi berlebihan akibat dorongan emosional atau gaya hidup.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal ruang lingkup wilayah dan variabel. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pengguna, promosi, atau kualitas layanan, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar memperoleh hasil yang lebih general dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nurya Dina, and Sudarwanto Tri. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3 (2020): 1006–12.
- Afista, Tiara Ledy, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, and Fitri Ayu Nofirda. "Analisis Perilaku Konsumtif Gen-z Terhadap Digital e-Wallet DANA." *Jurnal Pendidika Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3344–50.
- Aini, Eni Nur, and Anik Lestari Andjarwati. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>.
- Akuntansi, Program Studi, Fakultas Ekonomi, and Universitas Pembangunan. "Pengguna QRIS Di Indonesia" 08 (2024): 285–93.
- Atieq, Muhammad Qoes, and Mar'atul Azizah. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital Di Pegadaian Syariah Indramayu." *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 15, no. 1 (2022): 1–17. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i1.3009>.
- Ayunita, Dian. "Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas." *Statistika Terapan*, no. October (2018): 1. https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas.
- Azzahra, Shafira, and Agus Supriyadi. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta)." *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2022): 1–14.
- Batjo, Nurdin. "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian." *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 1–21.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dayan, Maria Trecia. "Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital." *Jurnal Transaksi* 12, no. 1 (2020): 40–50.
- Deviyaanti, Nurmala, and Miftkhul Jannah. "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Atlet Mahasiswa." *Character : Jurnal Penelitian Psikologi* 9, no. 3 (1997): 13–22.
- Diva, Mega, and Mochamad Isa Anshori. "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review." *MULTIPLE: Journal of Global and*

- Multidisciplinary* 2, no. 6 (2024): 1991–2002. <https://journal.institiercom-edu.org/index.php/multiple>.
- Dodiet Aditya Setyawan, SKM, MPH. “Buku Petunjuk Praktikum Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS.” *Www.Researchgate.Net*, no. July (2022): 12.
- Ferdiansyah, Muhammad Rafli, and Dhani Ichsanuddin Nur. “Factors Affecting Decisions to Use E-Wallet DANA for Students of the Faculty of Economics and Business UPN ‘Veteran’ East Java.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 6 (2023): 7970–78. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Fitria, Anis, Arie Setyo Dwi Purnomo, and Prasetyo Nugroho. “Pengaruh Kemudahan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan E Wallet Dana Di Kota Bangkalan.” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)* 12, no. 4 (2023): 345. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v12i4.72075>.
- For, Instruction, and Preparing Manuscript. “Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business” 1, no. 3 (2021): 185–94.
- Gustantio, Esther Rendy, Amelia Setiawan, and Hamfri Djajadikerta. “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, Dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 11261–73. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>.
- Habib, Ditto, Yudha Mahardhika, Universitas Negeri Jakarta, Ivan Fadhillah Syakieb, Universitas Negeri Jakarta, Muhammad Rizal Romdoni, Universitas Negeri Jakarta, et al. “TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL PADA MAHASISWA S-1 DAN D-4 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI” 2, no. 12 (2024): 2640–59.
- Heru Kurniawan. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish. Yogyakarta: Deepublish, 2021. <https://repository.deepublish.com/media/publications/591749-pengantar-praktis-penyusunan-instrumen-p-bdf50c9d.pdf>.
- Kemenag, Q. “QS. Al-Baqarah [2]: 185.” Qur’an Kemenag, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Kemenag, Qur’an. “QS. Al-Isra’ [17]:26-27.” Qur’an Kemenag, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edited by Stephanie Wall. 1st ed. London: British Library Cataloguing, 2016.
- Maulana, Idris, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, D A N Ilmu, and U I N Suska Riau. “PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN,” 2021, 1–97.

- Mayo, Reydhya Pulpy, Hari Susanta Nugraha, and Saryadi Saryadi. "Pengaruh E-Promotion Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, no. 1 (2023): 184–94. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37271>.
- Mujahidah, A. Nooriah. "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar)." *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 2020, 4. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>.
- Nursiah, Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin. "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking." *Akuntabel* 19, no. 1 (2022): 91–100. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>.
- Penelitian, Jurnal, and Kepada Masyarakat. "Akses Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Tokopedia: Dampak Dari Brand Image Kepercayaan Dan Lifestyle (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi) I," no. 2085 (n.d.).
- Prof.Dr.H.Sidik Priadana, Ms dan Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., Cht. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books, 2021.
- purba et al. "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya." *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, no. 2 (2021): 91–98.
- Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*, 2021.
- Rahmawati, Yuliani Dwi, and Rahmi Yuliana. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (2020): 157–68. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>.
- Rasbi, Muh, Muh Ginanjar, Atika Tahir, Linda A Ali, Asriadi Arifin Adi, Dian Novianti, Trian Fisman Adisaputra, Manajemen Zakat Baznas, and Jurnal Manajemen dan. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo." *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.
- Rismat, Muhammad. "Kota Palopo Dalam Angka 2024." BPS Kota Palopo, 2024. <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=hEWr2UfTVBpS3+bV9uzB1kdpYkJmOFpqK3RUemtuU0pmbUR4L1NJd0xVUFc1R3p5NGtnTEZTS21JaUtRd1hzMzdXWm9UOS84M3dQektWdTBjTlZqb01kZldrUkc5SjRKcjZuVzVDSlFjSk9ERzRIdeJod1RxVUJSSIV2SG8rWEgrVmdPM3pCRmwzOW1wOEYzTk9xOEIQWGxkNzIRVUoyU2>.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*

- Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rogelberg, Steven. *Organizational Behavior. Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*, 2013. <https://doi.org/10.4135/9781412952651.n207>.
- Rohmah, Firda Tazqiyatu, Firda Silviahana, Amanda Titasyfa, Zaini Ibrahim, and Wahyu Hidayat. "Online Pada Remaja the Influence of Lifestyle and Consumptive Behavior on Online Shopping on Teenagers." *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 4 (2024): 1199–1210. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/619>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Sheldy, Yasi Pralytha, Heny Sidanti, and Hendra Setiawan. "Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun)." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 5, no. September 2023 (2023): 1–14.
- Sibuea, Santi Johana, Dolores Oktavhianty, and Agus Edy Rangkuti. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo." *KONSEP: Konferensi Nasional Social and Engineering Polmed* 2, no. 1 (2021): 635–45. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/654>.
- Sidik Priadana dan Denok Sunarsi. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Tangerang, 2021.
- SL. Triyaningsih. "DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT SL. Triyaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 11, no. 2 (2011): 172–73.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. bandung: Alfabeta, 2019.
- Sulmi, Alif Ainul Khatimah, Murtiadi Awaluddin, Ilham Gani, and Muslimin Kara. "PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)." *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 60.
- Syafrida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Edited by M.Si Dr. Ir. Try Koryati. jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Tafsir AL-Qur'an. "QS. Al-Isra 26-27." Tafsir AL-Qur'an, 2025. <https://quran.nu.or.id/al-isra/27>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Vol. 1. Yogyakarta: Andi Offset, 1997.

<https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>.

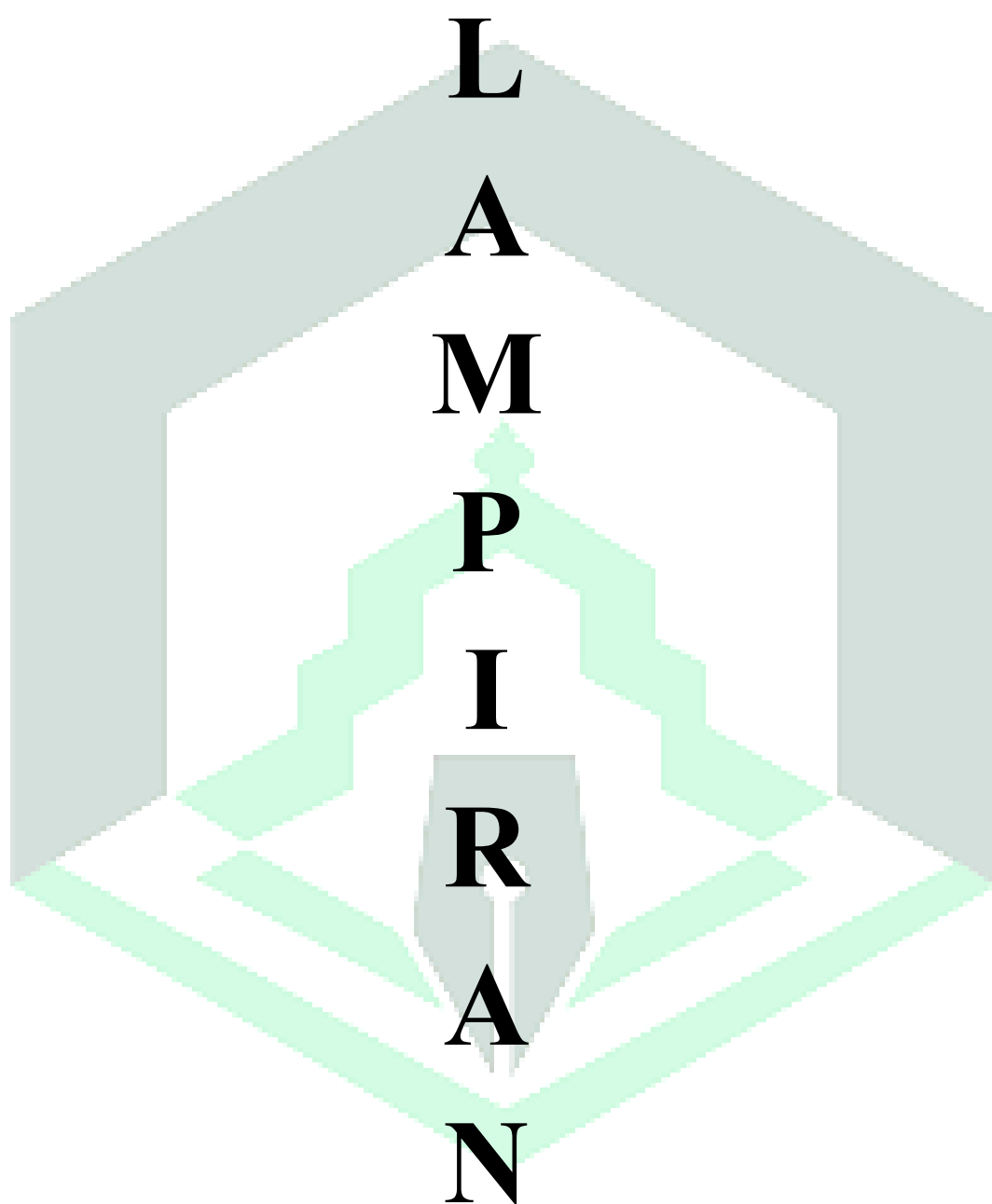
Wati et al. “Exploring User Experiences with E-Wallet DANA among Indonesian Millennials : E-Satisfaction and E-Loyalty Analysis” 2, no. 2 (2024).

Yamin, Muh, and Nur Fakhrunnisaa. “Persepsi Literasi Digital Mahasiswa Calon Guru IAIN Palopo.” *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)* 7, no. 1 (2022): 1–9. <https://doi.org/10.30998/sap.v7i1.13294>.

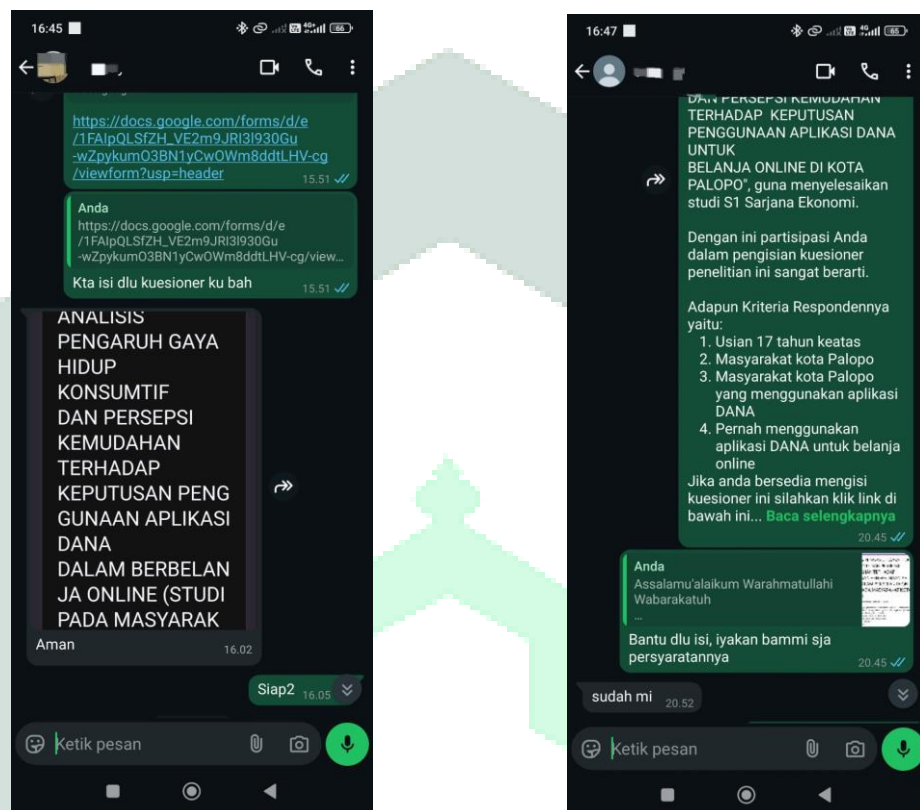
Yunita, and Yessy Artanti. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria Di Kabupaten Mojokerto.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014): 1433–43.

Yusuf Hardianti et al. “Industri Fashion: Model Pembentukan Loyalitas Konsumen Melalui Bisnis Digital Dengan Inovasi.” *Modus* 37, no. 1 (2025): 67–80. <https://doi.org/10.24002/modus.v37i1.10036>.





BUKTI PENGISIAN KUESIONER



KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Kepada Responden yang terhormat, Perkenalkan Saya MUH. Ali Husain, mahasiswi program studi Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul, "Analisis Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana Untuk Belanja Online Di Kota Palopo".

Sehubung dengan itu, mohon kesediaannya untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Partisipasi andan sangat penting bagi

kelancaran dan keberhasilan penelitian yang sedang saya lakukan. Tanggapan anda sangat membantu saya dalam memperoleh data yang lebih akurat, oleh karena itu, dimohon untuk mengisi dengan sebenar-benarnya. Data dan informasi yang anda berikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Adapun kriteria Responden:

1. Usia 17 tahun keatas
2. masyarakat kota Palopo
3. Masyarakat kota Palopo yang menggunakan aplikasi DANA
4. pernah menggunakan aplikasi DANA untuk belanja online

Terima kasih atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Status :

Usia :

Variabel X1 (Gaya Hidup Konsumtif)

No.	Indikator	Pernyataan	Tanggapan			
			SS	S	TS	STS
1.	Membeli produk untuk koleksi	Saya suka membeli barang dengan varian berbeda walaupun memiliki fungsi yang sama.	64	42	15	10
2.		Saya sering mengoleksi barang-barang tanpa memikirkan kebutuhan nyata	45	54	21	11
3.	Membeli produk yang biasa digunakan kalangan menengah ke atas	Saya membeli produk yang sering digunakan oleh orang-orang berpenghasilan tinggi.	36	41	38	16
4.		Saya merasa percaya diri ketika menggunakan barang yang biasa digunakan oleh kalangan elit.	45	37	43	6
5.	Membeli produk karena kemasan menarik	Saya tertarik membeli suatu produk hanya karena kemasannya yang menarik	41	67	19	4
6.		Saya sering memilih produk berdasarkan bentuk atau desain kemasan	3	20	62	46
7.	Membeli untuk penampilan dan gengsi	Saya membeli barang demi menjaga penampilan di depan orang lain	46	44	33	8
8.		Saya membeli barang karena ingin tampil bergensi	43	46	28	14
9.	Membeli berdasarkan harga tanpa mempertimbangkan manfaat	Saya membeli barang karena ingin tampil bergensi	43	46	28	14
10		Saya memilih barang yang murah tanpa mempertimbangkan kegunaannya	31	54	35	11

11.	Membeli untuk menjaga status sosial	Saya membeli produk agar terlihat berkelas di mata orang lain	40	51	36	4
12.		Saya sering membeli barang untuk menunjukkan status sosial saya	47	57	20	7

Variabel X2 (Persepsi Kemudahan)

No.	Indikator	Pernyataan	Tanggapan			
			SS	S	TS	STS
1.	Mudah dipelajari	Saya dapat mempelajari penggunaan aplikasi DANA dengan cepat	53	65	12	1
2.		Fitur-fitur dalam aplikasi DANA mudah saya pahami	53	50	28	0
3.	Dapat dikontrol	Saya merasa mudah mengatur transaksi dalam aplikasi DANA	63	50	18	0
4.		Saya merasa memiliki kontrol penuh saat menggunakan aplikasi DANA	60	46	24	1
5.	Fleksibel	Aplikasi DANA dapat digunakan dalam berbagai situasi dengan mudah.	47	69	13	2
6.		Aplikasi DANA mendukung fleksibilitas dalam bertransaksi	38	69	23	1
7.	Mudah digunakan	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi DANA	55	56	17	3

8.		Aplikasi DANA sangat praktis digunakan untuk berbagai keperluan	49	55	23	4
9.	Jelas dan dapat dipahami	Navigasi dalam aplikasi DANA jelas dan tidak membingungkan.	55	60	14	2
10		Informasi dalam aplikasi DANA disajikan secara sederhana dan mudah dimengerti	51	66	14	0

Variabel Y (Keputusan Penggunaan)

No.	Indikator	Pernyataan	Tanggapan			
			SS	S	TS	STS
1.	Kesesuaian dengan tujuan	Penggunaan aplikasi DANA sesuai dengan kebutuhan saya.	62	57	10	2
2.		Aplikasi DANA membantu saya dalam mencapai tujuan belanja secara efisien	42	65	23	1
3.	Efisiensi biaya	Dengan aplikasi DANA, saya dapat bertransaksi lebih hemat	63	46	19	3
4.		Penggunaan aplikasi DANA mengurangi biaya tambahan dalam belanja online	63	50	16	2
5.	Keuntungan atau manfaat yang diperoleh	Saya merasa diuntungkan dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi DANA	52	55	23	1
6.		Aplikasi DANA memberikan nilai lebih dalam kegiatan berbelanja saya	45	61	22	3

7.	Risiko dan ketidakpastian	Saya merasa aman dan yakin saat menggunakan aplikasi DANA	58	57	15	1
8.		Risiko penggunaan aplikasi DANA sangat kecil menurut saya	50	69	9	3

Uji Validitas X1 (Gaya Hidup Konsumtif)

		Correlations												
		GHK1	GHK2	GHK3	GHK4	GHK5	GHK6	GHK7	GHK8	GHK9	GHK10	GHK11	GHK12	GHK_TOTAL
GHK1	Pearson Correlation	1	,455*	,194	,265	,159	,232	,373*	,373*	,284	,319	,163	,341	,456*
	Sig. (2-tailed)		,011	,305	,157	,401	,218	,042	,042	,129	,086	,388	,065	,011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK2	Pearson Correlation	,455*	1	,357	,545**	,320	,089	,315	,236	,422*	,388*	,259	,279	,391*
	Sig. (2-tailed)	,011		,053	,002	,085	,638	,090	,209	,020	,034	,168	,135	,033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK3	Pearson Correlation	,194	,357	1	,274	,157	,284	,406*	,081	,368*	,250	,089	,221	,377*
	Sig. (2-tailed)	,305	,053		,143	,407	,128	,026	,670	,046	,182	,641	,240	,040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK4	Pearson Correlation	,265	,545**	,274	1	,668**	,259	,423*	,423*	,530**	,196	,540**	,303	,388*
	Sig. (2-tailed)	,157	,002	,143		,000	,167	,020	,020	,003	,300	,002	,104	,034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK5	Pearson Correlation	,159	,320	,157	,668**	1	,191	,403*	,403*	,439*	,277	,619**	,182	,366*
	Sig. (2-tailed)	,401	,085	,407	,000		,313	,027	,027	,015	,138	,000	,337	,047
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK6	Pearson Correlation	,232	,089	,284	,259	,191	1	,437*	,328	,175	-,118	,180	,041	,491**
	Sig. (2-tailed)	,218	,638	,128	,167	,313		,016	,077	,354	,534	,342	,830	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK7	Pearson Correlation	,373*	,315	,406*	,423*	,403*	,437*	1	,500**	,262	,055	,274	,341	,405*
	Sig. (2-tailed)	,042	,090	,026	,020	,027	,016		,005	,163	,773	,143	,065	,026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK8	Pearson Correlation	,373*	,236	,081	,423*	,403*	,328	,500**	1	,436*	,330	,183	,426*	,376*
	Sig. (2-tailed)	,042	,209	,670	,020	,027	,077	,005		,016	,074	,334	,019	,039
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK9	Pearson Correlation	,284	,422*	,368*	,530**	,439*	,175	,262	,436*	1	,181	,382*	,190	,372*
	Sig. (2-tailed)	,129	,020	,046	,003	,015	,354	,163	,016		,340	,037	,314	,043
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK10	Pearson Correlation	,319	,388*	,250	,196	,277	-,118	,055	,330	,181	1	-,060	,083	,524**
	Sig. (2-tailed)	,086	,034	,182	,300	,138	,534	,773	,074	,340		,751	,664	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK11	Pearson Correlation	,163	,259	,089	,540**	,619**	,180	,274	,183	,382*	-,060	1	,280	,414*
	Sig. (2-tailed)	,388	,168	,641	,002	,000	,342	,143	,334	,037	,751		,134	,023
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK12	Pearson Correlation	,341	,279	,221	,303	,182	,041	,341	,426*	,190	,083	,280	1	,369*
	Sig. (2-tailed)	,065	,135	,240	,104	,337	,830	,065	,019	,314	,664	,134		,045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GHK_TOTAL	Pearson Correlation	,456*	,391*	,377*	,388*	,366*	,491**	,405*	,378*	,372*	,524**	,414*	,369*	1
	Sig. (2-tailed)	,011	,033	,040	,034	,047	,006	,026	,039	,043	,003	,023	,045	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas X2 (Persepsi kemudahan)

		Correlations										
		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9	PK10	PK_TOTAL
PK1	Pearson Correlation	1	,186	-,018	,339	,337	-,059	,374 [*]	,261	,127	,148	,580 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,325	,927	,067	,069	,756	,042	,164	,505	,436	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK2	Pearson Correlation	,186	1	,078	,084	-,050	,276	,024	,313	,265	,249	,389 [*]
	Sig. (2-tailed)	,325		,680	,659	,794	,139	,899	,093	,157	,185	,034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK3	Pearson Correlation	-,018	,078	1	,009	,433 [*]	,208	,330	,225	,228	,058	,422 [*]
	Sig. (2-tailed)	,927	,680		,962	,017	,269	,075	,231	,226	,762	,020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK4	Pearson Correlation	,339	,084	,009	1	,132	,147	,064	,006	-,016	,152	,411 [*]
	Sig. (2-tailed)	,067	,659	,962		,487	,439	,735	,975	,932	,421	,024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK5	Pearson Correlation	,337	-,050	,433 [*]	,132	1	,092	,462 [*]	-,039	,197	,038	,398 [*]
	Sig. (2-tailed)	,069	,794	,017	,487		,628	,010	,839	,296	,841	,029
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK6	Pearson Correlation	-,059	,276	,208	,147	,092	1	-,082	,093	,251	,065	,381 [*]
	Sig. (2-tailed)	,756	,139	,269	,439	,628		,665	,625	,181	,733	,038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK7	Pearson Correlation	,374 [*]	,024	,330	,064	,462 [*]	-,082	1	,086	,099	,137	,418 [*]
	Sig. (2-tailed)	,042	,899	,075	,735	,010	,665		,652	,602	,470	,021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK8	Pearson Correlation	,261	,313	,225	,006	-,039	,093	,086	1	,236	,396 [*]	,625 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,164	,093	,231	,975	,839	,625	,652		,209	,030	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK9	Pearson Correlation	,127	,265	,228	-,016	,197	,251	,099	,236	1	,039	,533 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,505	,157	,226	,932	,296	,181	,602	,209		,837	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK10	Pearson Correlation	,148	,249	,058	,152	,038	,065	,137	,396 [*]	,039	1	,450 [*]
	Sig. (2-tailed)	,436	,185	,762	,421	,841	,733	,470	,030	,837		,013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK_TOTAL	Pearson Correlation	,580 ^{**}	,389 [*]	,422 [*]	,411 [*]	,398 [*]	,381 [*]	,418 [*]	,625 ^{**}	,533 ^{**}	,450 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,034	,020	,024	,029	,038	,021	,000	,002	,013	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



Uji Validitas Y (Keputusan Penggunaan)

		Correlations								
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP_TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	,710**	,300	,432*	,116	,754**	,199	,430*	,709**
	Sig. (2-tailed)		,000	,107	,017	,541	,000	,293	,018	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	,710**	1	,223	,446*	,218	,782**	,325	,378*	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000		,237	,014	,247	,000	,080	,040	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	,300	,223	1	,213	,319	,229	,359	,091	,581**
	Sig. (2-tailed)	,107	,237		,258	,086	,225	,052	,631	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	,432*	,446*	,213	1	,037	,475**	-,174	,122	,548**
	Sig. (2-tailed)	,017	,014	,258		,846	,008	,358	,521	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	,116	,218	,319	,037	1	,171	,276	,298	,417*
	Sig. (2-tailed)	,541	,247	,086	,846		,367	,140	,109	,022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	,754**	,782**	,229	,475**	,171	1	,254	,397*	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,225	,008	,367		,176	,030	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	,199	,325	,359	-,174	,276	,254	1	,437*	,556**
	Sig. (2-tailed)	,293	,080	,052	,358	,140	,176		,016	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	,430*	,378*	,091	,122	,298	,397*	,437*	1	,573**
	Sig. (2-tailed)	,018	,040	,631	,521	,109	,030	,016		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP_TOTAL	Pearson Correlation	,709**	,700**	,581**	,548**	,417*	,769**	,556**	,573**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,002	,022	,000	,001	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	12

Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	10

Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72820679
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,067
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,113 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14.093	3.265		4.316	.000		
Gaya Hidup Konsumtif	.037	.060	.057	.622	.536	.996	1.004
Persepsi Kemudahan	.333	.073	.418	4.535	.000	.996	1.004

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7,849	3,536		2,220	,029
	GAYA HIDUP KONSUMTIF	-,083	,065	-,126	-1,276	,205
	PERSEPSI KONSUMTIF	-,143	,080	-,178	-1,795	,076

a. Dependent Variable: LN_RES

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,093	3,265		4,316	,000
	GAYA HIDUP KONSUMTIF	,037	,060	,057	,622	,536
	PERSEPSI KEMUDAHAN	,333	,073	,418	4,535	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,157	2	32,578	10,687	,000 ^b
	Residual	295,683	97	3,048		
	Total	360,840	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, GAYA HIDUP KONSUMTIF

Uji R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,920 ^a	,846	,843	,349

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, GAYA HIDUP KONSUMTIF

TABEL UJI T

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18115
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17635
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17545
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17285
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16665
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135

TABEL DISTRIBUSI F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

TABEL R UNTUK UJI VALIDITAS

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

RIWAYAT HIDUP



MUH. Ali Husain, Lahir pada tanggal 12 Agustus 2003 di Desa dadeko, Kec, Larompong Selatan, Kab. Luwu. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak M. Saleh dan Ibu Herlina, saat ini penulis bertempat tinggal di Desa dadeko, Kec, Larompong Selatan, Kab. Luwu. Awal pendidikan penulis dimulai pada tahun 2009 di SDN 03 Sampano yang selesai pada tahun 2015 dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah di SMPN 02 Larompong, kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan Di SMAN 13 Luwu dan berhasil selesai di tahun 2021. Lalu di tahun yang sama pula, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri di Kota Palopo, yakni Universitas Islam Negeri Palopo (UIN Palopo) melalui jalur UMPTKIN dengan mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada tingkatan Strata 1 (S1). Selama berkuliah penulis mengikuti organisasi internal kampus yakni Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (HMPS MBS) periode 2023-2024.