

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN  
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
PERBANKAN SYARIAH UIN PALOPO**

*Skripsi*

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



**Diajukan oleh**

**CAHYANI YASMAN**

20 0402 0001

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

**2025**

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN  
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
PERBANKAN SYARIAH UIN PALOPO**

*Skripsi*

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



**Diajukan oleh**

**CAHYANI YASMAN**  
20 0402 0001

**Pembimbing**

**Muzayyanah Jabani, S.T, M.M**  
19750104 200501 003

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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cahyani Yasman  
NIM : 2004020001  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

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, 13 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,

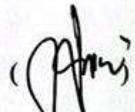
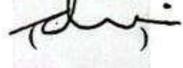
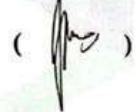
Cahyani Yasman  
NIM 2004020001

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Palopo yang ditulis oleh Cahyani Yasman M. Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020001, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 02 Juli 2025 bertepatan dengan 6 Muharram 1447 Hijriah, telah di perbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 09 September 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. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. | Penguji I         | (  ) |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.               | Penguji II        | (  ) |
| 5. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.                 | Pembimbing        | (  ) |

Mengetahui:

Rektor UIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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



Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



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



## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ  
سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, perlindungan, kesempatan, semangat, dan pengetahuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Palopo” setelah melalui proses yang panjang..

Salawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu memerlukan bantuan orang lain dalam menjalani kehidupan. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan tercapai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo, serta Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Dr. Masruddin, S.S., M. Hum., Dr.Takdir Ishak Pagga, S.H, M.Kes., selaku Wakil Rektor I, II, dan III UIN Palopo.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo, Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ilham, S.Ag., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan,

dan Keuangan, Dr. Alia Lestari, M.Si., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.

3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Edi Indra Setiawan, S.E, M.M., dan Sekretaris Prodi, Umar, S.E, M.SE., yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Takdir Ishak Pagga, S.H, M.Kes selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku pembimbing utama dan yang telah memberikan, masukan dan mengarahkan peneliti dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku penguji utama dan Edi Indra Setiawan, S.E, M.M., selaku pembantu penguji II yang telah memberikan, masukan dan mengarahkan peneliti dalam rangka penyelesaian skripsi.
7. Seluruh dosen beserta staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik peneliti selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi.
8. Zainuddin S., S.E., M.Ak. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta staf dalam ruang lingkup UIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi.
9. Kepada orang tua peneliti, Bapak Yasman Miming, S.E. dan Almh. Ibu Saljuwati yang selalu menjadi pendukung nomor satu anak-anaknya dalam melewati segala aspek kehidupan mereka, diucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Berkat doa dan dukungannya, peneliti mampu menyelesaikan

skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

10. Kepada kakak tersayang peneliti, drg. Muh. Fajrin Cahyo Yasman, Muh. Suharsono., S.Km., M.Kes. dan Wafiq Azizah yang telah membantu ketika peneliti sedang dalam kesusahan.
11. Kepada seluruh keluarga besar peneliti, baik dari pihak Bapak ataupun Ibu, bapak Arif, A,Md, S.E dan Ibu Dra. Jumaliana terima kasih banyak atas semua semangat yang sudah diberikan, serta dukungan secara mental yang akan selalu peneliti ingat.
12. Kepada seluruh sahabat refleksi saya di UKK Seni Sibola, Ayu Lestari, Khusnul Hatimah, Eny Erwanti, Muh. Fikri Haikal, Amaliah Reskyta Baso, dan Akmal terima kasih banyak sudah memberikan motivasi dan saran sepanjang peneliti melewati masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
13. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengatur waktu, tenaga, dan pikiran dengan sangat baik, dan mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang datang. Terima kasih banyak atas segala upaya bertahan selama masa perkuliahan. Semoga segala yang telah diusakan mampu membawa pada jalan yang diridhoi Allah swt.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, serta jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu,

peneliti dengan tulus menerima segala saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan di masa mendatang.

Palopo, 15 Desember 2024

Cahyani Yasman



## 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	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Z	Z	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭ	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostof
ي	Ya'	Y	Ye

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

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	a	a
اِ	<i>Kasrah</i>	i	i
اُ	<i>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
يَ	<i>Fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَفَّ : *kaifa*

هُوْلٌ : *hula*

### 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
آءِىَا	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā</i>	Ā	a dan garis di atas
ئِىَا	<i>kasrah dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
وِىَا	<i>ḍammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتٌ : *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].sedang *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	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقَّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

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

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *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 : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

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

Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah

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

Contoh:

بِاللَّهِ : *billāh*

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

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

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. 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,

## 11. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. : *Subhanahu wa ta 'ala*

saw. : *SallAllah swt.u 'alaihi wa sallam*

as : *'alaihi al-salam*

ra : *RadiAllah swt.u 'anha*

H : Hijriyah

M : Masehi

No. : Nomor

QS. : Qur'an Surah

HR : Hadist Riwayat

## 12. Daftar Istilah

<i>Awareness</i>	: Kemampuan untuk mengenali dan memahami keadaan sekitar.
<i>Cash on delivery</i>	: Metode pembayaran di mana pembeli membayar barang yang dibeli secara tunai pada saat barang tersebut diantarkan oleh kurir atau pengirim.
<i>Ecommerce</i>	: Kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui internet atau platform digital
<i>Interest</i>	: Biaya yang dikenakan oleh pihak yang meminjamkan uang atau modal kepada pihak yang meminjam uang, biasanya dalam bentuk persentase dari jumlah uang yang dipinjam.
<i>Internet banking</i>	: Layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses dan mengelola akun bank mereka melalui internet.
<i>Marketplace</i>	: Platform atau situs web yang memungkinkan berbagai penjual untuk menawarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen dalam satu tempat yang sama.
<i>Mobile banking</i>	: Layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses dan mengelola akun bank mereka melalui aplikasi atau situs web yang

diakses melalui perangkat mobile seperti ponsel atau tablet.

*Paylater* : Metode pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk atau layanan terlebih dahulu dan membayar nanti dalam jangka waktu tertentu, biasanya tanpa bunga atau dengan bunga rendah, tergantung pada kebijakan penyedia layanan.

*Platform mobile* : Sistem atau kerangka kerja perangkat lunak yang digunakan untuk mengembangkan dan menjalankan aplikasi pada perangkat mobile, seperti smartphone dan tablet.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAAN SINGKATAN</b> ...	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABLE</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR HADITS</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Kajian Penelitian Yang Relevan .....	6
B. Landasan Teori.....	8
C. Kerangka Pikir .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sample .....	35
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data .....	38
E. Teknik Analisis Data.....	39
F. Definisi Operasional Variabel.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	45

B. Hasil Penelitian .....	46
C. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>

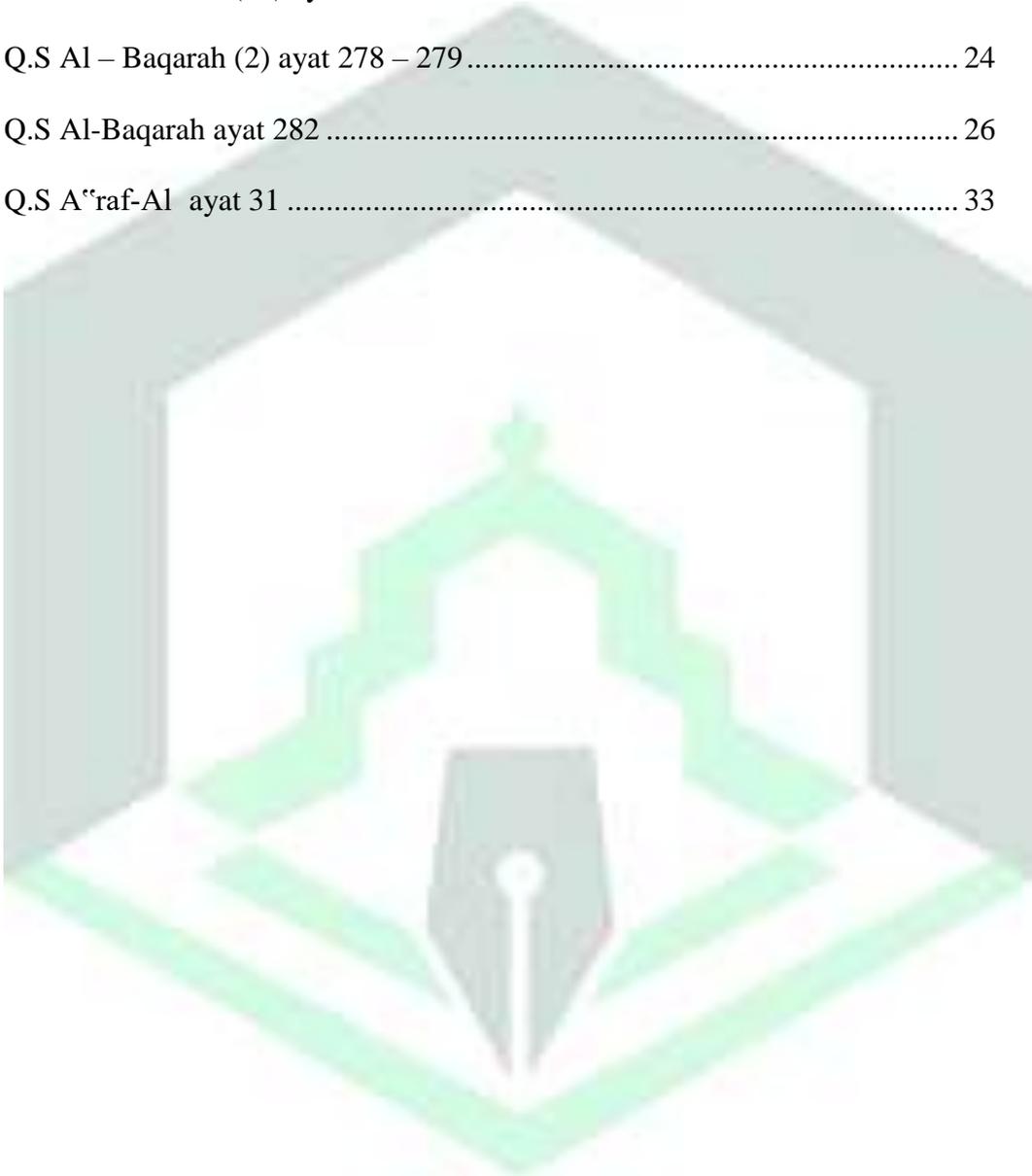


## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Table 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	46
Table 4.2 Usia Responden.....	47
Table 4.3 Hasil Uji Validasi.....	48
Table 4.4 Hasil Uji Reabilitas .....	49
Table 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	50
Table 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
Table 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	53
Table 4.8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	53
Table 4.9 Hasil Uji T Parsial.....	55
Table 4.10 Hasil Uji F.....	57
Table 4.11 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	58

## DAFTAR AYAT

Surah an-Nisa (4) ayat 29.....	17
Surah Al –Hadiid (57) ayat 11 .....	22
Q.S Al – Baqarah (2) ayat 278 – 279 .....	24
Q.S Al-Baqarah ayat 282 .....	26
Q.S A`raf-Al ayat 31 .....	33



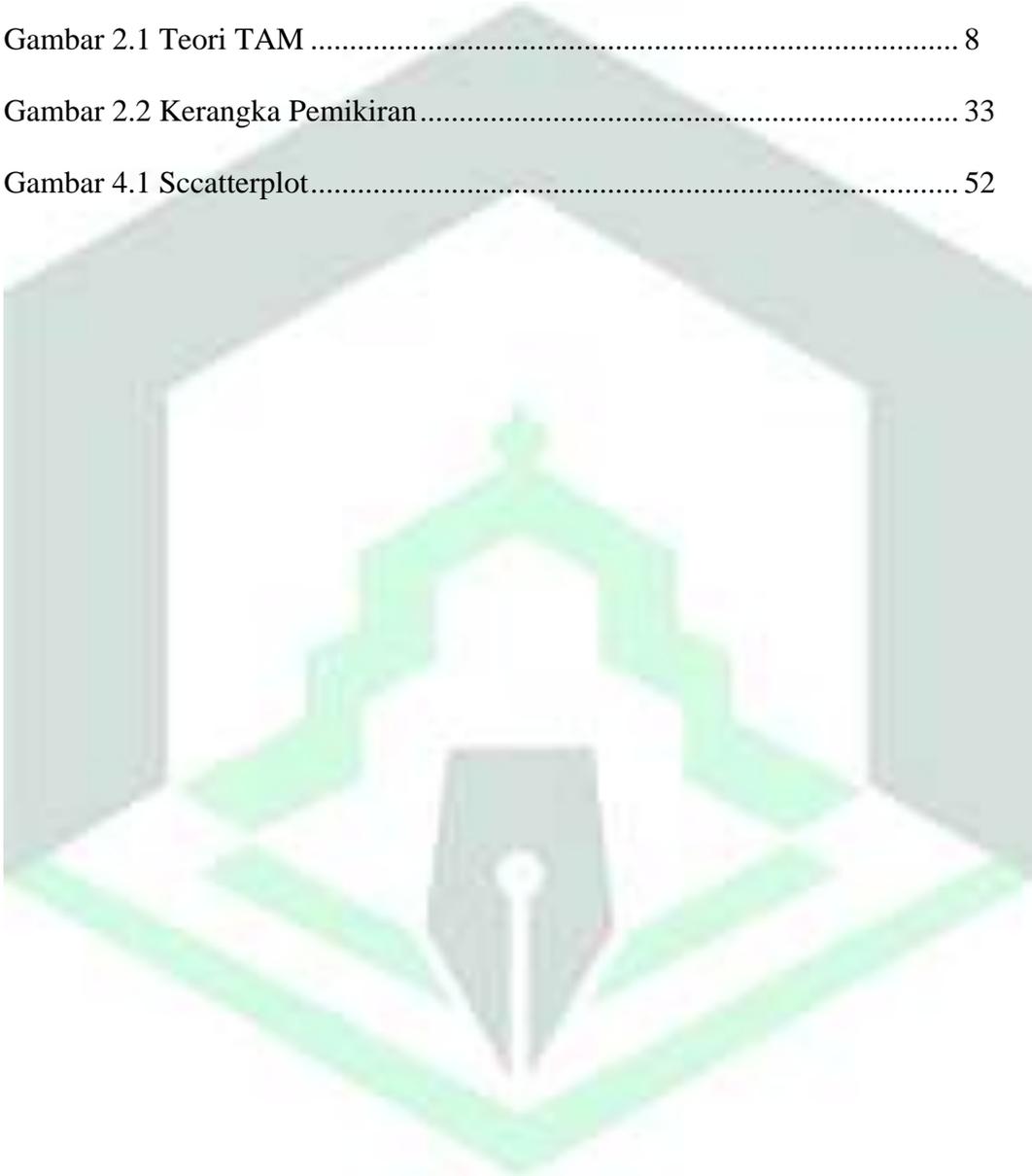
## DAFTAR HADIST

Hadist Ibnu Mas'ud r.a.....	23
H.R Ahmad tentang Riba .....	25



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Penggunaan Internet di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Teori TAM .....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Sccatterplot.....	52



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Data Penelitian

Lampiran 4 : Olah Data SPSS



## ABSTRAK

**Cahyani Yasman, 2024.** “Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Palopo. Dibimbing Oleh Muzayyanah Jabani.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kemudahan dan kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengukur pengaruh kemudahan dan kemanfaatan terhadap perilaku konsumtif. Populasinya adalah seluruh mahasiswa aktif perbankan syariah UIN Palopo dengan jumlah populasi 734 mahasiswa. Pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin yang berjumlah 88 sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Selanjutnya data diolah dengan bantuan SPSS menggunakan analisis uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y), variable kemanfaatan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Adapun secara simultan variabel kemudahan ( $X_1$ ) dan kemanfaatan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan perilaku konsumtif (Y) dengan nilai *R Square* sebesar 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% yang dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, promo dan diskon, pengaruh teman sebaya dan kebutuhan emosional.

**Kata Kunci:** Kemudahan, Kemanfaatan, Perilaku Konsumtif.

## **ABSTRACT**

**Cahyani Yasman, 2024.** *“The Influence of Ease and Benefits of Using Shopee Paylater on the Consumptive Behavior of Sharia Banking Students of UIN Palopo. Supervised by Muzayyanah Jabani.*

*This study discusses the influence of ease and benefits of using shopee paylater on the consumptive behavior of islamic banking students at UIN Palopo. This study aims to determine the influence of ease and benefits of using Shopee paylater on the consumptive behavior of Islamic banking students at UIN Palopo.*

*This type of research is quantitative to measure the influence of convenience and usefulness on consumer behavior. The population is all active students of Islamic banking at UIN Palopo with a population of 734 students. The sampling uses the Slovin formula which amounts to 88 samples. Data is collected through a questionnaire. Furthermore, the data is processed with the help of SPSS using classical assumption test analysis, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and determination coefficient test.*

*The results of this study indicate that partially the convenience variable (X1) does not have a significant effect on consumer behavior (Y), the utility variable (X2) has a positive and significant effect on consumer behavior (Y). Simultaneously, the convenience variable (X1) and utility (X2) have a positive and significant effect on consumer behavior (Y) with an R Square value of 30.6% while the remaining 69.4% is influenced by other factors not mentioned in this study.*

**Keywords:** *Convenience, Usefulness, Consumptive Behavior*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang pesat telah membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan praktis. Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi telah mengubah dunia perdagangan dan perbelanjaan secara signifikan. Menurut M. Yaumi, Teknologi adalah pengetahuan praktis dan sistematis, berdasarkan eksperimen atau teori ilmiah, yang meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memproduksi barang dan jasa melalui keterampilan, organisasi, atau mesin.<sup>1</sup> Seiring kemajuan teknologi, gaya hidup masyarakat berubah dengan dampak positif dan negatif, mengubah banyak aktivitas dari fisik menjadi non-fisik.

Teknologi terkini memudahkan kita terhubung dengan orang di seluruh dunia melalui media sosial dan aplikasi pesan, memungkinkan komunikasi real-time dengan siapa saja. Dalam beberapa tahun terakhir teknologi telah berkembang pesat. Salah satu perubahan signifikan adalah kemunculan *e-commerce*, yang memanfaatkan teknologi untuk sistem transaksi. Berbagai platform *e-commerce* telah mengembangkan berbagai fitur pembayaran terbaru untuk memudahkan penggunaannya. Saat ini, kemudahan penggunaan fitur *paylater* menjadi salah satu sistem transaksi populer dalam dunia *e-commerce*, memungkinkan pengguna melakukan pembelian dan membayarnya nanti. Salah satu aplikasi yang sekarang menggunakan fitur tersebut ialah Shopee.

---

<sup>1</sup> Muhammad Yaumi, *Media Teknologi Dan Pembelajaran*, (Prenadamedia Group, 2018), 23.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dhiemma tahun 2024, menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif Shopee Paylater.<sup>1</sup> Sehingga dapat diartikan bahwa mahasiswa disebut pengguna aktif shopee paylater karena mereka sering, rutin, dan dalam jumlah besar menggunakan fitur ini. Dikarenakan penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo, maka peneliti mengutip hasil penelitian dari Abdul Wahid pada tahun 2023 yang mengungkapkan bahwa masyarakat Kota Palopo, termasuk mahasiswa merupakan pengguna Shopee *paylater*.<sup>2</sup> Maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengguna Shopee paylater di Kota Palopo berasal dari berbagai kalangan, dan salah satu kelompok yang cukup dominan atau terlihat aktif menggunakan layanan ini adalah mahasiswa. Abdul Wahid juga mengungkap bahwa mahasiswa program studi perbankan syariah di UIN Palopo juga banyak menggunakan Shopee *paylater*.<sup>3</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur pembayaran paylater ini populer dikalangan mahasiswa program studi perbankan syariah. Untuk memperjelas lagi maka peneliti juga melakukan survei terhadap mahasiswa, berikut merupakan hasil survei tersebut.

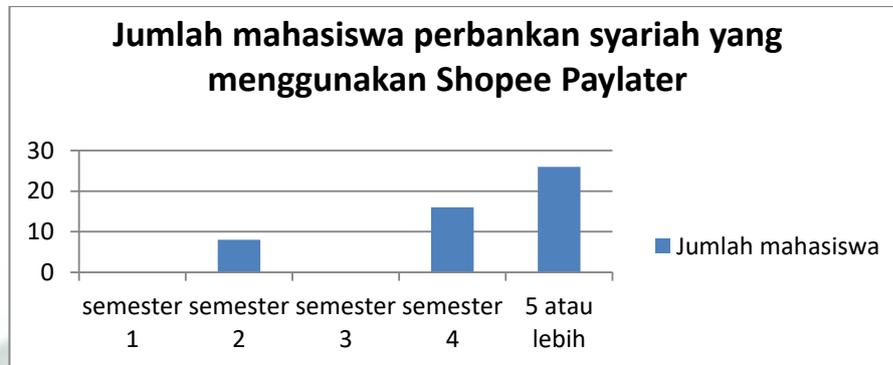
---

<sup>1</sup> Kintan Amara Dhiemma, "Fenomena Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Implikasi Sosial Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin," *Skripsi*, 2023.

<sup>2</sup> Abdul Wahid, "Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dan Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee," *Skripsi*, 2023.

<sup>3</sup> Ibid.

**Gambar 1.1 Diagram mahasiswa perbankan syariah yang menggunakan Shopee paylater**



Hasil survei yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner ditujukan kepada mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo yang menggunakan Shopee paylater sebanyak 50 orang menghasilkan bahwa terdapat 52 % mahasiswa semester 5 atau lebih yang menggunakan Shopee paylater, lalu mahasiswa semester 4 sebesar 32% dan 16% oleh mahasiswa semester 2.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan Shopee paylater seperti gaya hidup, promosi dan diskon, pengaruh teman sebaya, kebutuhan emosional bahkan kemudahan dan kemanfaatan pada aplikasi. Kemudahan dan kemanfaatan shopee paylater berpotensi mendorong penggunaan fitur tersebut, hal ini dipertegas dalam penelitian yang dilakukan oleh Diah Putri Permatasari yang menunjukkan bahwa kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee paylater di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Metro.<sup>1</sup> Maka dari itu, peneliti akan menggunakan kemudahan dan kemanfaatan penggunaan Shopee paylater sebagai variabel independen.

<sup>1</sup> Diah Putri Permatasari, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Mahasiswa FEBI IAIN Metro," *Skripsi*, 2024.

Kemudahan penggunaan Shopee *paylater* ternyata berpotensi memancing perilaku konsumtif, yakni perilaku konsumsi secara berlebihan terutama di kalangan mahasiswa atau generasi muda. Hal ini dikarenakan Shopee *paylater* memiliki aktivasi yang cepat dan tanpa persyaratan rumit, transaksi hanya perlu beberapa klik dan pembayaran bisa ditunda atau dicicil. Akibatnya, mahasiswa cenderung membeli barang meskipun belum benar-benar membutuhkannya, karena hambatan psikologis untuk membayar langsung sudah dikurangi. Manfaat dari penggunaan Shopee *paylater* juga dapat mengakibatkan mahasiswa mendorong perilaku “ingin segera memiliki”, meskipun barang tersebut bukan kebutuhan pokok. Hal ini dikarenakan Shopee *paylater* memiliki akses yang cepat ke barang yang diinginkan, Promo dan diskon tambahan saat menggunakan metode *paylater* dan kesempatan berbelanja saat belum ada dana tunai. Kedua faktor tersebut diklaim dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Susanti pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, dan intensitas penggunaan Shopee *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap gaya konsumtif masyarakat usia produktif di Kota Surabaya.<sup>2</sup>

Berdasarkan uraian data dan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Palopo”**.

---

<sup>2</sup> Hendrik Agil Saputra and Ety Dwi Susanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Paylater Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya),” *Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 3 (2022): 52–61.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh kemudahan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo?
2. Apakah ada pengaruh kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo?
3. Apakah ada pengaruh kemudahan dan kemanfaatan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan kemudahan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan kemanfaatan dan kemudahan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Palopo.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Teoritis

Tujuan ini ingin meneliti apakah fitur kemudahan dalam menggunakan Shopee PayLater (misalnya proses yang cepat, antarmuka aplikasi yang user-friendly, atau syarat yang ringan) memiliki dampak yang nyata terhadap kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif atau konsumtif.

## 2. Praktis

### a. Bagi Penulis

Menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta meningkatkan pemahaman penulis terhadap isu-isu kontemporer dalam bidang keuangan syariah.

### b. Bagi Institusi

Memberikan tambahan referensi bagi mahasiswa dan dosen di UIN Palopo, khususnya dalam pengembangan penelitian di bidang ekonomi syariah dan perilaku konsumen.

### c. Bagi Masyarakat

Menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa atau generasi muda lainnya dalam menggunakan layanan paylater secara bijak, serta meningkatkan kesadaran akan dampak perilaku konsumtif terhadap kondisi finansial pribadi..

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil penelusuran, ditemukan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap berkaitan dan dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang dimaksud adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Nama, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Alfinatu Nikmah I, Sri Setyo Iriani	Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying	Terdapat pengaruh positif variabel kemudahan terhadap perilaku Impulse Buying menggunakan Shopee Paylater. Terdapat pengaruh positif antara variabel manfaat terhadap perilaku Impulse Buying menggunakan Shopee Paylater. <sup>1</sup>	Sama – sama mengkaji tentang kemudahan penggunaan dan Manfaat Shopee Paylater, dan jenis penelitian yang sama yakni kuantitatif	Populasi pada penelitian ini ditujukan kepada pengguna Shopee Paylater. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 220.
2.	Reski Husna Amaliah, 2023	Pengaruh Penggunaan Sistem Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran shopee <i>paylater</i> (X) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo (Y) <sup>2</sup>	Sama – sama mengkaji tentang penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif, lokasi penelitian dan jenis penelitian yang sama yakni kuantitatif	Populasi tidak diketahui Sampel yang digunakan sebanyak 102 responden Teknik sampling menggunakan metode Purposive sampling dengan teknik non probability sampling
3.	Hendrik Agil Saputra, Ety Dwi Susanti	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan	variabel Persepsi Konsumtif (X1) secara signifikan berpengaruh parsial	persepsi kemudahan, manfaat, dan intensitas terhadap gaya konsumtif pengguna	Populasi konsumen yang pernah melakukan transaksi online menggunakan shopee

<sup>1</sup> Alfinatu Nikmah dan Setyo Iriani, “Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 16 (2023): 8–21.

<sup>2</sup>Reski Husna Amalia, “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Iain Palopo,” *Skripsi*, (2023): 129.

		Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya)	kepada Gaya Konsumtif (Y) pada konsumen produk Shopee Paylater daerah Surabaya dan variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh signifikan terhadap gaya konsumsi (Y) pada konsumen produk Shopee Paylater di wilayah Surabaya. Pengaruh <sup>3</sup>	shopee paylater. Dalam perancangan penelitian ini, metode yang digunakan adalah kuantitatif	paylater di wilayah Kota Surabaya dengan total sampel penelitian 100 data.
4.	Maharani Dwi Astuti, 2022	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. <sup>4</sup>	Sama – sama mengkaji tentang pengaruh kemudahan penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif serta memiliki jenis penelitian yang sama yakni kuantitatif.	Ppopulasi pada penelitian ini ialah generasi milenial di Kabupaten Bekasi Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan teknik purposive sampling.
5.	Ananda Setiawati,	Pengaruh literasi keuangan, kemudahan, dan perilaku konsumtif terhadap metode pembayaran shopee paylater	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap shopee paylater, dan perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap shopee paylater. <sup>5</sup>	Sama – sama mengkaji tentang keungagan penggunaan shopee paylater dan perilaku konsumtif.	Variable perilaku konsumtif sebagai variable bebas. Ppopulasi menggunakan mahasiswa universitas pelita bangsa angkatan 2019/2020 dengan menggunakan Teknik purposive sampling dengan mengambil sample sebanyak 100 responden.

<sup>3</sup>Hendrik Agil Saputra and Ety Dwi Susanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya),” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 52–61.

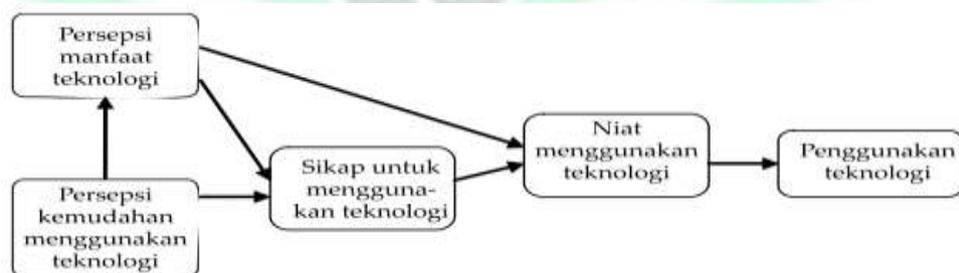
<sup>4</sup>Maharani Dwi Astuti et al., “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi” 10, no. 5 (2024): 93–99.

<sup>5</sup>Ananda Setiawan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Metode Pembayaran Shopeepaylater,” *Skripsi*, 2024.

## B. LANDASAN TEORI

### 1. Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah suatu model yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Model ini dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 dan berfokus pada dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu Perceived Ease of Use (PEOU) dan Perceived Usefulness (PU). Perceived Ease of Use merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan, sedangkan Perceived Usefulness mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya. Kedua faktor ini, melalui sikap pengguna, akhirnya mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tersebut, yang pada gilirannya menentukan tingkat adopsi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. TAM sering digunakan dalam berbagai penelitian terkait adopsi teknologi, baik dalam konteks personal maupun organisasi.



Secara skematik teori TAM digambarkan pada gambar berikut.

#### Gambar 2.1 Teori TAM

*(Theory Acceptance Model)*

*Sumber : Jurnal Buletin Psikologi*

Menurut Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model (TAM), penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu Perceived Usefulness (kemanfaatan yang dirasakan) dan Perceived Ease of Use (kemudahan penggunaan yang dirasakan). Davis menjelaskan bahwa seseorang akan bersedia menggunakan suatu teknologi apabila mereka merasa teknologi tersebut berguna untuk meningkatkan kinerja mereka, dan mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Konsep ini kemudian menjadi dasar dalam memahami perilaku pengguna terhadap berbagai bentuk inovasi teknologi, termasuk dalam konteks digitalisasi layanan keuangan seperti Shopee PayLater.

Dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, mahasiswa yang merasa layanan ini mempermudah proses transaksi dan memberikan manfaat seperti fleksibilitas pembayaran, kemungkinan besar akan terdorong untuk menggunakannya secara rutin. Kemudahan dalam mengakses layanan hanya melalui aplikasi, serta kecepatan proses persetujuan kredit, menjadikan Shopee PayLater sebagai solusi instan yang mendukung perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang cenderung memiliki gaya hidup digital. Dengan kata lain, kemudahan dan kemanfaatan yang dirasakan dari layanan ini sesuai dengan prinsip-prinsip yang dijelaskan oleh Davis dalam model TAM.

Selain itu, model Davis juga menekankan bahwa persepsi awal terhadap teknologi akan memengaruhi sikap dan niat seseorang untuk menggunakannya. Jika mahasiswa memiliki pengalaman positif dengan fitur-fitur Shopee PayLater, maka akan muncul niat untuk terus menggunakannya, bahkan menjadikannya

sebagai kebiasaan dalam berbelanja. Hal ini berpotensi menimbulkan efek jangka panjang berupa perubahan pola konsumsi, dari konsumsi yang terencana menjadi konsumsi impulsif atau konsumtif, yang didorong oleh kemudahan teknologi.

Dengan demikian, teori Davis memberikan landasan yang kuat untuk memahami bagaimana dan mengapa mahasiswa dapat terpengaruh oleh layanan TIK seperti Shopee PayLater. Kedua komponen dalam TAM—kemudahan dan kemanfaatan—merupakan faktor kunci yang dapat menjelaskan kecenderungan perilaku konsumtif di era digital. Pemahaman ini penting, tidak hanya untuk mengkaji perilaku pengguna, tetapi juga sebagai acuan bagi pengembang teknologi, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam menyusun strategi edukasi dan pengawasan terhadap penggunaan layanan berbasis teknologi oleh generasi muda..

## **2. Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) menurut Davis, sebagaimana dikutip oleh Jogiyanto dalam Yindrizal et al., adalah tingkat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan bebas dari usaha yang berat. Artinya, semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengadopsinya. Dalam konteks ini, kemudahan tidak hanya mencakup aspek teknis seperti antarmuka yang sederhana atau proses yang cepat, tetapi juga sejauh mana pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani ketika menggunakan teknologi tersebut.

Jogiyanto menegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang memengaruhi

sikap dan niat seseorang dalam menggunakan teknologi informasi. Jika sebuah sistem dirasakan mudah digunakan, maka pengguna akan lebih terbuka dan tidak merasa takut untuk mencoba atau terus menggunakan sistem tersebut. Persepsi ini juga berkaitan erat dengan pengalaman pengguna—semakin sering seseorang menggunakan teknologi tanpa hambatan, semakin tinggi pula persepsi kemudahan yang terbentuk.

Dalam konteks Shopee PayLater, persepsi kemudahan muncul ketika mahasiswa merasa bahwa layanan tersebut dapat digunakan dengan cepat, praktis, dan tidak memerlukan proses yang rumit. Fitur seperti pengajuan yang instan, tidak adanya jaminan, serta integrasi langsung dalam aplikasi Shopee menjadikan layanan ini dianggap mudah oleh penggunanya. Kemudahan inilah yang kemudian dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, karena transaksi menjadi lebih instan dan tidak memerlukan perencanaan yang matang..

Indikator mengenai kemudahan penggunaan yang digunakan sebagai alat ukur ialah indikator yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Davis, antara lain:

a. Kemudahan (*easiness*)

Sejauh mana teknologi atau sistem yang digunakan dirasakan mudah untuk dipelajari dan digunakan oleh pengguna.

b. Jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*)

Sejauh mana teknologi atau sistem yang digunakan dapat dipahami dengan mudah oleh pengguna, baik dari segi antarmuka, instruksi, atau cara penggunaannya.

c. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Sejauh mana pengguna merasa teknologi atau sistem yang digunakan mudah untuk dipelajari.

d. Kemudahan secara keseluruhan (*overall easiness*)<sup>6</sup>

Seberapa mudah suatu teknologi dapat digunakan, baik dari sisi pemahaman, interaksi, maupun pembelajaran secara keseluruhan.

### 3. Persepsi Kemanfaatan

Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness) dalam Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Konsep ini mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam suatu tugas atau aktivitas. Jika seseorang menganggap bahwa teknologi yang digunakan dapat memberikan manfaat yang signifikan, seperti mempermudah pekerjaan, menghemat waktu, atau meningkatkan efisiensi, maka persepsi kemanfaatannya akan lebih tinggi.

Persepsi kemanfaatan ini sangat bergantung pada pengalaman pengguna dengan teknologi tersebut. Misalnya, dalam konteks perangkat lunak atau aplikasi, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut membantu mereka dalam menyelesaikan tugas lebih cepat dan dengan hasil yang lebih baik, mereka akan menilai aplikasi tersebut lebih bermanfaat. Sebaliknya, jika teknologi tidak memberikan manfaat yang jelas atau dianggap tidak relevan dengan kebutuhan mereka, persepsi kemanfaatannya akan rendah, yang dapat menurunkan motivasi untuk terus menggunakannya.

---

<sup>6</sup> Winda Suciani Siregar, Annio Indah Lestari Nasution, and Nurwani Nurwani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater," *Jurnal Syntax Transformation* 4, no. 4 (2023): 44–56.

Selain itu, persepsi kemanfaatan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti rekomendasi dari orang lain, fitur teknologi itu sendiri, dan relevansinya dengan tujuan atau masalah yang ingin diselesaikan oleh pengguna. Dalam organisasi, manajer atau pemimpin sering kali berperan penting dalam membentuk persepsi kemanfaatan dengan memberikan informasi atau pelatihan yang menjelaskan bagaimana teknologi baru dapat meningkatkan kinerja tim atau organisasi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, persepsi kemanfaatan adalah kunci dalam menentukan sejauh mana teknologi akan diadopsi oleh individu atau kelompok, karena jika teknologi dirasa bermanfaat, maka individu cenderung lebih terbuka dan termotivasi untuk menggunakannya secara berkelanjutan..

Menurut Venkatesh dan Davis, terdapat empat indikator untuk mengukur persepsi manfaat, yaitu:

a. Efektifitas (*effectiveness*)

Sejauh mana teknologi atau sistem yang digunakan dapat mencapai tujuan atau kebutuhan yang diinginkan secara efisien dan efektif.

b. Menyelesaikan lebih cepat (*accomplish faster*)

Sejauh mana teknologi atau sistem yang digunakan dapat membantu mereka menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan lebih cepat dibandingkan dengan cara lain yang tidak menggunakan teknologi tersebut.

c. Berguna (*usefull*)

Sejauh mana teknologi atau sistem yang digunakan memberikan nilai tambah atau manfaat yang dirasakan dalam mendukung tujuan atau kebutuhan mereka.

d. Menguntungkan (*advantageous*)<sup>7</sup>

Sejauh mana penggunaan teknologi atau sistem memberikan keuntungan atau keistimewaan dibandingkan dengan alternatif sebelumnya.

#### **4. Sistem Pembayaran**

a. Definisi Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah suatu mekanisme atau rangkaian prosedur yang digunakan untuk mentransfer dana atau melakukan transaksi keuangan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain. Sistem ini melibatkan serangkaian instrumen, saluran, dan pihak terkait yang memungkinkan penyelesaian transaksi keuangan secara efisien, aman, dan tepat waktu. Sistem pembayaran dapat melibatkan berbagai metode, mulai dari pembayaran tunai, cek, transfer bank, kartu kredit, hingga pembayaran digital melalui aplikasi atau platform online..

Tujuan utama dari sistem pembayaran adalah untuk memfasilitasi pertukaran barang dan jasa secara lancar dan memastikan bahwa dana yang dipindahkan antara pihak yang terlibat tercatat dan dikendalikan dengan benar. Selain itu, sistem pembayaran juga berfungsi untuk mengurangi risiko, seperti penipuan atau kesalahan transaksi, dengan menyediakan proses verifikasi dan keamanan yang diperlukan.

---

<sup>7</sup> Harahap Nur, Syahputri Oktavia, and Rizal Agus, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce Di Era New Normal," *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 2022, 577–88.

Sistem pembayaran yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, seperti keandalan, efisiensi biaya, keamanan, dan inklusivitas, yang memungkinkan berbagai jenis transaksi dilakukan dengan mudah, baik dalam skala lokal maupun internasional. Dengan perkembangan teknologi, sistem pembayaran digital dan sistem pembayaran berbasis blockchain semakin populer, menawarkan kemudahan dan kecepatan yang lebih tinggi dalam melakukan transaksi..

b. Macam-macam Sistem Pembayaran di *E-commerce*

1) Pembayaran secara elektronik

Karena dianggap mudah, cepat, dan aman, metode pembayaran ini paling sering digunakan. Transaksi dapat dilakukan melalui berbagai aplikasi seperti Gopay, Dana, Link Aja, Ovo, Paypal, dan lainnya.

2) Pembayaran lewat transfer

Pada hakekatnya, pembeli memesan produk dan membayar tagihan, kemudian penjual memproses pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan melalui ATM, *internet banking*, atau *mobile banking*.

3) *Cash on Delivery* (COD)

Cash on Delivery (COD) adalah metode pembayaran di mana pembeli melakukan pembayaran untuk barang atau jasa yang dibeli saat barang tersebut diterima. Dalam sistem ini, pembayaran dilakukan secara tunai oleh pembeli kepada kurir atau pengirim saat barang sampai di alamat tujuan. Metode ini banyak digunakan dalam transaksi jual beli online, terutama di daerah di mana sistem pembayaran digital atau kartu kredit belum terlalu umum atau diterima.

#### 4) *Paylater*

Juru bicara OJK yakni Sekar Putih Djarot mengatakan bahwa “*Paylater* merupakan metode berutang yang harus dilunasi dikemudian hari, memberikan kemudahan dalam transaksi tanpa kredit.”<sup>8</sup>

Dalam buku ajar *e-commerce* juga dijelaskan bahwa, *paylater* adalah layanan pembayaran yang memungkinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya kemudian.<sup>9</sup>

Dapat diartikan bahwa *payLater* merupakan salah satu fitur pembayaran online terbaru di situs belanja saat ini. Misalnya, memungkinkan pelanggan yang ingin membeli sesuatu tetapi tidak memiliki uang tunai untuk melakukannya secara online. Untuk transaksi jual beli, *paylater* adalah sarana pembayaran yang menggunakan sistem angsuran.

Fitur *paylater* hampir memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan kartu kredit. Konsep utama dari fitur ini adalah “Beli sekarang dan bayar nanti “. Telah ada beberapa platform yang menerapkan fitur *paylater* seperti, Traveloka, Shopee, Lazada, Tokopedia, Ovo, Gojek, dan sebagainya. Adanya fitur *paylater* ini dapat mendorong masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk membeli kebutuhan maupun travelling hingga kemana – mana tanpa harus menunggu adanya dana yang cukup terlebih dahulu.

---

<sup>8</sup>Kemenkeu, “PayLater Dengan Segudang Resikonya,” kemenkeu, n.d., <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung>.

<sup>9</sup>Nurul Sriminarti, Yuni Putri Yustisi, and R. Irman Hariman, *Buku Ajar E- COMMERCE*, 1st ed. (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, n.d.): 49.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran dikategorikan menjadi 4, yakni pembayaran secara elektronik, pembayaran secara transfer, *cash on delivery* (COD) dan *paylater*.

c. Sistem pembayaran dalam perspektif Ekonomi Islam

Para ulama fiqh mengemukakan bahwa perselisihan dan sengketa dapat terjadi dikemudian hari sehingga tidak dapat memenuhi syarat jika adanya ketidakjelasan harga atau pembayaran. Maka dari itu, Pembayaran harus ditentukan dengan jelas dan akad yang mendasari suka sama suka.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah an-Nisa (4) ayat 29.<sup>10</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemahnya:

“Wahai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. “

## 5. Shopee Paylater

a. Pengertian Shopee Paylater

Shopee PayLater (SPayLater) adalah layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna Shopee untuk melakukan pembelian barang atau jasa dan membayar nanti, baik dalam satu kali pembayaran (Buy Now Pay Later) maupun dengan cicilan hingga 12 bulan. Layanan ini disediakan

<sup>10</sup>Qur'an Kemenag, “An - Nisa (4) Ayat 29,” Qur'an Kemenag, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4>. Diakses pada 27 Juli 2024.

oleh PT Commerce Finance dan dapat diakses melalui aplikasi Shopee atau ShopeePay. SPayLater memberikan alternatif bagi pengguna yang tidak memiliki kartu kredit untuk berbelanja secara kredit dengan bunga rendah dan proses yang mudah .

Untuk menggunakan SPayLater, pengguna harus memenuhi beberapa syarat, seperti berusia 18–65 tahun, memiliki KTP yang valid, dan akun Shopee yang aktif serta sering digunakan untuk transaksi. Setelah memenuhi persyaratan, pengguna dapat mengaktifkan SPayLater dan memperoleh limit kredit yang dapat digunakan untuk pembelian di Shopee maupun pembayaran tagihan lainnya. Pilihan cicilan yang tersedia antara lain 3, 6, dan 12 bulan, dengan biaya penanganan sebesar 1% per transaksi dan bunga mulai dari 2,95% per bulan, tergantung pada periode cicilan yang dipilih .

Keunggulan SPayLater antara lain kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membayar langsung, fleksibilitas dalam memilih periode cicilan, serta proses aktivasi dan penggunaan yang cepat dan mudah. Namun, pengguna perlu memperhatikan tanggal jatuh tempo pembayaran dan memastikan untuk membayar tepat waktu guna menghindari denda atau biaya tambahan lainnya

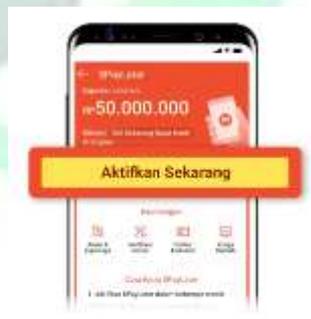
*Paylater* kini berkembang dalam salah satu aplikasi *marketplace* online yakni shopee atau yang lebih dikenal dengan SPaylater atau shopee *paylater*.

shopee *paylater* adalah fitur yang tersedia pada shopee untuk pengguna yang ingin melakukan pembayaran transaksi dengan cara dicicil.<sup>11</sup>

Fitur ini merupakan kemudahan yang disediakan oleh pihak shopee bagi penggunanya yang ingin melakukan pembayaran dibelakang. Spaylater adalah solusi pinjaman instan yang memungkinkan kamu untuk “Beli Sekarang Bayar Nanti” tanpa memerlukan kartu kredit.<sup>12</sup> Berbagai macam produk ditawarkan dalam platform ini dan menggunakan metode pembayaran kredit yang aman, pembayaran cicilan yang diterapkan pada transaksi telah terverifikasi dan terintegrasi. Pihak *marketplace* akan memberikan kebijakan berupa foto diri, KTP, dan informasi atau identitas individu ketika akan menggunakan *paylater*.

Adapun langkah – langkah untuk mengaktivasi fitur ini berdasarkan website resmi shopee, yakni:

1) Klik Aktivasi Sekarang



2) Isi Informasi data diri dengan lengkap

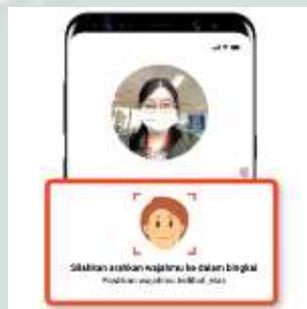
---

<sup>11</sup>Byzka Wibisono, "150 Teknik Ampuh Branding" (Anak Hebat Indonesia, n.d.2023), 366.

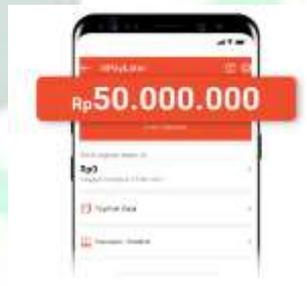
<sup>12</sup>Shopee, “Tentang SPayLater,” 2 Februari 2023, <https://shopee.co.id>. Diakses pada 27 Juli 2024.



3) Lakukan verifikasi wajah dengan mengarahkan wajah ke kamera



4) Selamat! Kamu sudah berhasil aktivasi<sup>13</sup>



Fitur ini merupakan aplikasi yang tersedia pada mobile, digunakan sebagai wadah belanja online dengan memfokuskan pada *platform mobile* sehingga masyarakat lebih mudah untuk mencari dan berbelanja berbagai kebutuhan serta dapat berjualan langsung pada ponsel.

Untuk menggunakan shopee *paylater*, pengguna harus memiliki syarat sebagai berikut.<sup>14</sup>

<sup>13</sup>Ibid.

- 1) Pengguna memiliki akun shopee yang berusia minimal 3 bulan.
- 2) Akun sering digunakan untuk bertransaksi
- 3) Aplikasi shopee telah diperbarui ke versi terbaru
- 4) Akun shopee telah diverifikasi

Dalam metode *paylater*, terdapat akad qardh. Menurut Mia (2019), Qardh adalah pinjam yang meminjam dana tanpa imbalan, dan peminjam harus mengembalikan pokok pinjaman dengan cicilan atau sekaligus dalam jangka waktu tertentu.<sup>15</sup>

Syafi'i Antonio (2001) dalam bukunya menyatakan bahwa qardh adalah memberikan harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali atau diminta kembali, atau meminjamkan harta kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan.<sup>16</sup>

Secara syar'i para ahli fiqh mendefinisikan qardh dalam sebagai berikut.<sup>17</sup>

- 1) Menurut pengikut Madzhab Hanafi, Ibnu Abidin menyatakan bahwa qardh (pinjaman) adalah pemberian harta kepada orang lain agar orang tersebut dapat memanfaatkannya, dan wajib mengembalikannya setelah itu dengan jumlah yang sama. Dalam pandangan ini, qardh merupakan bentuk tolong-menolong, bukan transaksi komersial, sehingga tidak boleh ada tambahan yang disyaratkan.

---

<sup>14</sup>Byzka Wibisono, *150 Teknik Ampuh Branding*, 66.

<sup>15</sup>Mia Lasmi Wardiah, *Pengantar Perbankan Syariah* (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2019): 133.

<sup>16</sup>Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Depok: Gema Insani, 2001): 168.

<sup>17</sup>Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II* (Jepara: Unisnu Press, 2019), 94.

- 2) Menurut Madzhab Maliki, qardh adalah akad pemindahan kepemilikan sesuatu kepada orang lain dengan syarat dikembalikan yang sejenisnya tanpa adanya tambahan. Ulama Maliki menekankan bahwa pinjaman bersifat sosial dan bukan untuk memperoleh keuntungan, sehingga menetapkan tambahan dalam pinjaman dianggap sebagai riba.
- 3) Menurut Madzhab Hanbali, qardh adalah akad pemberian harta dari seseorang kepada orang lain dengan niat agar orang tersebut memanfaatkannya dan mengembalikannya. Dalam madzhab ini, qardh dianggap sebagai bentuk kebaikan yang dianjurkan dalam Islam karena mengandung unsur tolong-menolong dalam kebaikan.
- 4) Menurut Madzhab Syafi'i, qardh adalah memberikan harta kepada orang lain untuk dimiliki dengan kewajiban menggantinya dengan harta yang sejenis. Madzhab ini menekankan bahwa pinjaman tidak boleh disertai syarat tambahan dalam bentuk apa pun karena akan masuk kategori riba.
- 5) Menurut Sayyid Sabiq, qardh adalah memberikan suatu harta kepada orang lain yang membutuhkan untuk kemudian dikembalikan dengan harta yang sejenis, dan dianjurkan dalam Islam karena termasuk dalam bentuk sedekah yang berpahala, apalagi jika diberikan kepada orang yang benar-benar dalam kesulitan.

Oleh karena itu, qardh adalah suatu perjanjian antara dua pihak yang memberikan satu pihak uang atau barang untuk digunakan oleh pihak kedua, dengan ketentuan bahwa uang atau barang tersebut harus dikembalikan kepada

pihak pertama sesuai dengan cara mereka diterima. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Hadiid (57) ayat 11.<sup>18</sup>

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا ۗ فَيُضْعِفُهُ لَهُ ۗ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ ۝ ۱۱

Terjemahnya:

“Siapakah yang (mau) memberi pinjaman kepada Allah dengan pinjaman yang baik? Dia akan melipatgandakan (pahala) untuknya, dan baginya (diberikan) ganjaran yang sangat mulia (surga).” (Al-Hadiid : 11)

Dalam ayat tersebut, dalilnya adalah kita diminta untuk meminjamkan kepada Allah, yaitu dengan membelanjakan uang di jalan Allah SWT. Selain meminjamkan kepada Allah SWT, kita juga diminta untuk meminjamkan kepada sesama manusia sebagai bagian dari kehidupan sosial kita. Hadist tentang hukum qardh agar di amalkan dalam Islam juga terdapat dalam hadist berikut. Hadist Ibnu Mas’ud r.a.<sup>19</sup>

مَرَّةً كَصَدَقَتِهَا كَانَ إِلَّا مَرَّتَيْنِ قَرْضًا مُسْلِمًا يُقْرِضُ مُسْلِمًا مِنْ مَا

Terjemahnya :

“Tidaklah seorang muslim memberi pinjaman kepada muslim yang lain dua kali kecuali, ia seperti menyedekahkannya sekali “

Berdasarkan hadits tersebut dapat kita ketahui bahwa Rasulullah saw telah mengajarkan kita untuk memberikan pinjaman (qardh). Selain hadits dasar Hukum qardh juga telah ditetapkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Qardh.<sup>20</sup>

<sup>18</sup>Qur’an Kemenag, “Al - Hadiid (57) Ayat 11,” Qur’an Kemenag, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/57>. Diakses pada 27 Juli 2024.

<sup>19</sup>Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta, 2010), 277.

<sup>20</sup>DSN MUI, “Fatwa Dewan Syari’ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Al-Qordh,” Himpunan Fatwa DSN MUI § (2001).

Dalam Fiqh Muamalah akad Qardh mengacu pada perjanjian pinjaman yang tidak memungut biaya atau hanya memerlukan pembayaran pokok utang, yaitu pinjaman tanpa mengharapkan imbalan apapun.<sup>21</sup> Sementara itu, shopee menggunakan dana keringanan dari afiliasi untuk membayar tunggakan dan menawarkan penarikan tunai dengan suku bunga hingga 2,95% per bulan dan biaya penanganan sebesar 1% serta denda 5% bila terdapat keterlambatan pembayaran atau jatuh tempo.<sup>22</sup> Adanya biaya tambahan dan bunga ini menyebabkan jenis transaksi shopee *paylater* termasuk ke dalam riba. penerapan sistem bunga atau biaya tambahan selain pinjaman awal, ini termasuk riba. Meskipun jumlah suku bunga dan biaya penanganan relatif kecil, mereka masih mengandung unsur riba, dalam Islam riba sangat dilarang.<sup>23</sup>

Menurut etimologi, riba berarti tambahan. Sedangkan menurut terminologi, ulama fiqh mendefinisikannya sebagai berikut:

- 1) Menurut Haniblah, riba adalah sesuatu yang dikhususkan
- 2) Menurut Hanafiyah, riba adalah tambahan pada harta pengganti dalam pertukaran harta dengan harta<sup>24</sup>

Syaikh Muhammad Abduh dalam Hendi berpendapat bahwa riba adalah penambahan yang diisyaratkan oleh pemilik harta kepada peminjam karena

<sup>21</sup>Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017): 144.

<sup>22</sup>Yassinta Fitria, Imam Kamaluddin, Mulyono Jamal, “*Shopee Pay Later Sebagai Metode Pembayaran Menurut Fiqh Muamala*”, (Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.4 No.4 tahun 2023):1056.

<sup>23</sup>Hardianti Yusuf et al., “An Islamic Law Perspective on the Concept of Shopeepaylater,” *Al-Bayyinah* 6, no. 2 (2022): 166–74.

<sup>24</sup>Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2020), 259–60.

pengunduran pembayaran peminjam dari janji dalam waktu yang telah ditentukan.<sup>25</sup>

Larangan dan diharamkannya riba telah ada dalam firman Allah SWT dalam Q.S Al – Baqarah (2) ayat 278 – 279.<sup>26</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَآ تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ ۲۷۹

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin. Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).”

Dalam hal ini hadist tentang larangan riba merujuk pada hadist Rasulullah saw. yakni:<sup>27</sup>

دِرْهَمٌ رِبَاً يَأْكُلُهُ الرَّجُلُ وَهُوَ يَعْلَمُ أَشَدُّ مِنْ سِتَّةٍ وَثَلَاثِينَ زِنِيَةً

Terjemahnya:

“ Satu dirham uang riba yang dimakan seseorang, sedangkan orang tersebut mengetahuinya, dosa perbuatan tersebut lebih berat dari pada dosa enam puluh kali zina. “ (H.R Ahmad)

Hal ini juga termuat dalam sabda Nabi Muammad saw,

كل قرض جر نفعا فهو ربا

Terjemahnya:

<sup>25</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2017), 58.

<sup>26</sup>Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, 66.

<sup>27</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 59.

“Setiap pinjaman yang menghasilkan manfaat atau keuntungan adalah riba.”<sup>28</sup>

Dari hadits tersebut dapat kita ketahui bahwa Rasulullah saw. sebagai utusan Allah SWT. Menyatakan riba merupakan sebuah manfaat atau keuntungan yang didapatkan dari hasil setiap pinjaman. Jadi dapat kita simpulkan bahwa *shopee paylater* memiliki hukum yang berlawanan dengan syariat Islam. Penggunaan fitur ini hampir sama dengan menggunakan sistem kredit, dan praktik kredit sama dengan utang piutang. Dalam Fiqh Muamalah disebut dengan Ba'i bit Taqsith. Allah Ta'ala juga membolehkan hukum berhutang piutang. Asalkan tidak ada unsur penambahan bunga.

## **6. Perilaku Konsumtif**

### **a. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk kebiasaan individu dalam melakukan konsumsi yang berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan, lebih menekankan pada keinginan daripada kebutuhan yang nyata. Chumidatus S'dyah dalam Vinna Sri Yunarti menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan secara mendesak, namun dilakukan hanya untuk kesenangan sesaat atau sekadar mengikuti tren. Hal ini sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti emosi, tekanan sosial, dan gaya hidup.

Menurut Wahyudi dalam Sjeddie, perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam mengonsumsi barang dan jasa yang didorong oleh keinginan untuk

---

<sup>28</sup>H Amruddin et al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2022), 187.

menunjukkan status atau gaya hidup tertentu, bukan berdasarkan pertimbangan rasional atas kebutuhan. Ancok dalam Sjeddie juga menambahkan bahwa perilaku konsumtif sering kali muncul karena adanya dorongan dari lingkungan, seperti iklan dan media, yang membentuk pola pikir bahwa kebahagiaan dan keberhasilan diukur dari apa yang dimiliki seseorang. Akibatnya, konsumen cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan manfaat atau fungsinya secara nyata.

Gaya hidup atau pola perilaku yang mendorong pengeluaran uang secara sembarangan dianggap konsumtif.<sup>29</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa konsumsi barang dan jasa secara terus-menerus lebih dari kebutuhan sebenarnya dikenal sebagai perilaku konsumtif. Ini terjadi tanpa memperhatikan apakah barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang hanya meningkatkan status sosial atau kewibawaan seseorang. Mengantarkan seseorang pada kehidupan yang sesuai dengan kebutuhannya adalah penting. Pada umumnya, setiap orang memiliki sifat konsumtif, seperti suka berbelanja.

#### b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada konsumen menurut Kotler dalam Novia et.al yakni.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Muh Rasbi et al., "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompert Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo," *Keuangan Syariah* 1, no. 02 (2023): 2.

<sup>30</sup>Novia Indah Lestari, Mery Ramadani, and Sutikno, "Gen - Y Style Dampak E - Lifestyle, Budaya Digital, Dan E - Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi Di E - Commerce" (Purwokerto: Penerbit Merta Media, 2023), 11–14.

## 1) Faktor Internal

### a) Faktor Psikologis

Faktor psikologi, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergayaa hidup konsumtif diantaranya:

- (1) Persepsi, proses yang dilalui orang untuk membentuk gambaran yang signifikan tentang dunia dengan memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan data. Seseorang yang termotivasi untuk bertindak, dan persepsinya tentang situasi akan memengaruhi tindakan mereka.
- (2) Pengetahuan atau pembelajaran, pengalaman menyebabkan perubahan tingkah laku individu. Menurut ahli teori pembelajaran, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari. Dorongan, rangsangan, petunjuk, respon, dan pembenaran memengaruhi pembelajaran yang terjadi.
- (3) Pembelajaran, kebanyakan tingkah laku manusia dipelajari. Pembelajaran yang terjadi saling berpengaruh antara dorongan, rangsangan, petunjuk, respon dan pembenaran.
- (4) Keyakinan dan sikap melalui tindakan dan pembelajaran orang akan mendapatkan keyakinan dan sikap.

### b) Faktor Pribadi

- (1) Usia, Barang dan jasa yang dibeli seseorang selama hidupnya akan berubah sesuai dengan usianya. Umur seringkali dikaitkan dengan preferensi terhadap makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi. Membeli juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga, yaitu tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga saat mereka menjadi lebih dewasa.

- (2) Pekerjaan, Barang dan jasa yang dibeli seseorang dipengaruhi oleh pekerjaan mereka. Pekerja kantor lebih cenderung membeli jas dan dasi daripada pekerja kasar. Pemasar berusaha untuk menemukan kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata akan barang dan jasa yang mereka tawarkan.
- (3) Situasi ekonomi, Pilihan produk seseorang akan dipengaruhi oleh keadaan keuangan mereka. Pemasar produk yang berfokus pada pendapatan mengamati pendapatan, tabungan, dan tingkat minat mereka.
- (4) Gaya Hidup, Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam teknik untuk mengukur gaya hidup dan mengembangkan klasifikasi gaya hidup, ini termasuk mengukur dimensi A10 (*Aktivias, Interest, Opini*) atau sering disebut juga psikografik.
- (5) Kepribadian, Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi bagaimana mereka bertindak saat membeli sesuatu. Kepribadian adalah istilah yang mengacu pada sifat psikologis khusus yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Sifat biasanya digunakan untuk menggambarkan kepribadian seseorang, seperti rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, dan kemampuan menyesuaikan diri.

#### c) Faktor Eksternal

Sikap konsumtif dipengaruhi oleh area dimana dia dilahirkan serta dibesarkan. Variabel – variabel yang tercantum dalam aspek eksternal sarta pengaruh sikap konsumtif merupakan kebudayaan, kelas sosial, serta keluarga.

- (1) Kebudayaan, suatu yang akan berdampak pada tingkat pengetahuan seseorang, termasuk perilakunya dan pemikirannya
- (2) Kelas sosial, Pada dasarnya, ada tiga kelompok orang di Indonesia: kalangan atas, kalangan menengah, dan kalangan dasar. Sikap konsumtif akan berbeda dalam kelompok sosial tertentu.
- (3) Keluarga, berperan aktif dalam perilaku konsumtif karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Adapun indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif menurut Erich Fromen dalam Novia et.al yaitu.<sup>31</sup>

1) Pemenuhan Keinginan

Rasa puas manusia tidak berhenti pada satu titik saja, tetapi terus meningkat. Akibatnya, mereka selalu ingin lebih untuk memenuhi kebutuhan mereka, meskipun sebenarnya tidak perlu.

2) Barang Diluar Jangkauan

Produk atau barang yang melebihi kemampuan finansial individu. Orang menjadi konsumtif secara kompulsif dan tidak rasional. Ia selalu merasa "belum lengkap" dan mencari kepuasan akhir dengan membeli barang baru.

3) Barang Tidak Produktif

---

<sup>31</sup>Ibid., 14.

Kegunaan konsumsi menjadi tidak jelas ketika konsumsi barang menjadi berlebihan. Sehingga membeli barang yang tidak memiliki manfaat atau tujuan yang tepat bagi konsumen.

#### 4) Status

Jika seseorang memiliki barang-barang lebih karena status sosialnya, perilakunya dapat dikategorikan sebagai konsumtif. Manusia membeli barang untuk memilikinya. Karena konsumsi hanya merupakan pengalaman "pemuasan angan-angan" untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya, konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalamannya yang berarti, manusiawi, dan produktif.

#### d. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam

Diperbolehkan bagi umat muslim untuk mencapai kepuasan maksimal, tetapi tidak kepuasan yang bebas dan tanpa batas, tetapi kepuasan yang didasarkan pada ajaran Islam. Perilaku pembeli untuk memenuhi kebutuhan mereka hanya berdasarkan barang yang tidak dilarang oleh hukum Islam. Dengan demikian, ajaran Islam akan berdampak positif pada kehidupan, termasuk keamanan, kesehatan, dan kesejahteraan. Hal ini karena pada dasarnya agama Islam berfokus pada kesejahteraan, bukan berlebih-lebih, meskipun memiliki pendapatan yang

lebih besar.<sup>32</sup> Berkaitan dengan perilaku konsumtif, islam tidak menganjurkan sebagaimana diatur dalam Al-Qur'an Surah A'raf-AI ayat 31.<sup>33</sup>

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۳۱)

Terjemahnya :

“ Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Q.S Al- A'raf [7]: 31).

### C. Kerangka Fikir

Kerangka berfikir menggambarkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, mpada penelitian ini, variabel bebas kemudahan(X1) dan Kemanfaatan (X2) berdampak pada perilaku konsumtif (Y) mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo.

<sup>32</sup>Arbanur Rasyid, “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam,” ( *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 ,2019): 172–86.

<sup>33</sup>Qur'an Kemenag, “Al A'raf (7) Ayat 31,” Qur'an Kemenag, 2022, di akses dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/7>. Pada 21 Juni 2024.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang dibuat untuk menjelaskan suatu fenomena atau hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya melalui proses penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman atau arah bagi peneliti dalam mengumpulkan data dan menganalisis informasi yang diperoleh, sehingga dapat membuktikan apakah dugaan awal tersebut benar atau tidak. Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu:

**H<sub>1</sub>**: Diduga kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

**H<sub>2</sub>**: Diduga kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

**H<sub>3</sub>**: Diduga kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang menekankan pada pengukuran data secara objektif melalui angka, analisis statistik, serta pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur variabel-variabel tertentu, menjelaskan hubungan antar variabel, serta membuat generalisasi dari hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas. Pendekatan ini cocok digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh, hubungan, atau perbedaan antar variabel yang diteliti.

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian survei, yaitu metode pengumpulan data primer dari sampel yang mewakili populasi dengan menggunakan kuesioner atau wawancara terstruktur. Penelitian survei umumnya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang opini, sikap, perilaku, atau karakteristik dari sekelompok orang dalam waktu tertentu. Metode ini dipilih karena mampu menjangkau responden dalam jumlah besar secara efisien dan memberikan data yang dapat dianalisis secara statistik guna menjawab tujuan penelitian.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah atau kelompok yang terdiri dari seluruh elemen atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian, populasi merujuk pada seluruh individu,

objek, atau unit yang memiliki kesamaan ciri atau sifat yang relevan dengan variabel yang diteliti. Populasi bisa sangat besar atau kecil, tergantung pada ruang lingkup penelitian.<sup>1</sup> Populasi ini dibuat dengan tujuan agar peneliti dapat menentukan seberapa banyak sampel yang dapat diambil dari orang-orang dalam populasi. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari mahasiswa aktif program studi perbankan syariah Universitas Islam Negeri Palopo yang berjumlah 734 orang mahasiswa.<sup>2</sup>

## 2. Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah sebagian bagian atau representasi dari populasi yang dipilih untuk diikuti dalam penelitian. Sampel ini digunakan untuk menggambarkan atau mewakili karakteristik dari populasi secara keseluruhan. Pengambilan sampel yang tepat sangat penting dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih besar.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-random dengan metode purposive sampling. Purposive sampling atau penarikan sampel bertujuan adalah teknik pengambilan sampel di mana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu yang relevan dengan penelitian. Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin mendapatkan informasi dari individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau karakteristik khusus yang sesuai dengan fokus penelitian. Sampel penelitian akan

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2019), 126.

<sup>2</sup>Siakad, "Jumlah mahasiswa" 2024, [iainpalopo.siakadcloud.com](http://iainpalopo.siakadcloud.com). Diakses pada 10 Oktober 2024.

terdiri dari mahasiswa yang mengisi kuesioner. Syarat pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Palopo
- b) Mahasiswa yang sedang atau pernah memakai fitur shopee *paylater* lebih dari satu kali saat melakukan transaksi.
- c) Mahasiswa UIN yang melakukan pembelian barang secara online melalui aplikasi shopee
- d) Mahasiswa yang memiliki saldo pada fitur shopee yang digunakan

Apabila jumlah populasi sudah diketahui maka metode pengumpulan sampel bergantung pada rumus *slovin*. Adapun bentuk rumus *slovin* dapat dilihat sebagai berikut:

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

$$n = \frac{734}{1 + 734 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{734}{1 + 734 (0,01)}$$

$$n = \frac{734}{1 + 7,34}$$

$$n = \frac{734}{8,34}$$

$$n = 88,00$$

Berdasarkan rumus *slovin* diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 88,00 orang dan digenapkan menjadi 88 orang.

### **C. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2024 di Kota Palopo. Penelitian ini fokus pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu mahasiswa yang memiliki akun Shopee dan bertempat tinggal di Kota Palopo. Penentuan lokasi dan waktu penelitian didasarkan pada kebutuhan untuk memahami fenomena yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi Shopee dalam konteks perbankan syariah oleh kalangan mahasiswa di daerah tersebut.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yang diperoleh langsung dari mahasiswa aktif program studi Perbankan Syariah UIN Palopo. Data primer ini dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, atau observasi langsung yang dilakukan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.
- b. Data sekunder, yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur dokumen, data-data, buku-buku, serta sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini berfungsi untuk mendukung analisis dan memberikan konteks lebih luas terhadap temuan-temuan yang diperoleh dari data primer. Sumber data sekunder ini dapat mencakup artikel ilmiah, laporan penelitian sebelumnya, dan dokumentasi lain yang relevan dengan topik penelitian.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Kuesioner**

Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, di mana peneliti memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian, seperti informasi tentang penggunaan Shopee oleh mahasiswa program studi Perbankan Syariah UIN Palopo. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang sistematis dan dapat dianalisis secara kuantitatif. Kuesioner ini dapat disebarluaskan dalam bentuk cetak atau elektronik, tergantung pada kebutuhan dan kondisi responden.

### **b. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung perilaku atau fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mengamati kebiasaan atau pola perilaku mahasiswa dalam menggunakan Shopee, baik secara langsung saat mereka berinteraksi dengan aplikasi atau dalam kegiatan sehari-hari yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik observasi ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan nyata mengenai subjek penelitian, yang mungkin tidak terungkap melalui kuesioner saja.

## **E. Teknik Analisis Data**

Adapun metode analisis yang digunakan yaitu:

### **1. Uji Kualitas Data**

#### a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan 69 antara data aktual yang terdapat pada subjek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti serta untuk mengetahui keabsahan butir-butir soal, maka skor butir-butir soal dikorelasikan dengan butir-butir soal<sup>8</sup>. Jika koefisien antara suatu unsur dan semua unsur adalah 0,3 atau lebih besae, unsur tersebut dinyatakan sah. Namun, jika nilai korelasi kurang dari 0,3 elemen terebut dinyatakan tidak valid..

#### b. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner sebagai indikator variabel atau konstruk<sup>10</sup>. Instrumentasi yang andal sangat penting untuk menghasilkan hasil yang dapat diandalkan dalam penelitian, karena memastikan keakuratan pengumpulan dan interpretasi data. Variabel yang dapat dikatakan reabilitasnya Alpha Cronbach  $\geq 0,6$  artinya reliabilitas sebesar 0,6 merupakan indikasi reliabelnya sebuah konstruk.

### 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat-syarat yang diperlukan untuk analisis regresi, agar hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan tepat. Adapun uji yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

---

<sup>8</sup> Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

<sup>10</sup> Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Uji normalitas Jarque-Bera (JB) digunakan untuk menguji apakah data dalam sebuah penelitian terdistribusi secara normal. Uji ini mengukur sejauh mana distribusi data berbeda dari distribusi normal dengan mempertimbangkan dua aspek utama: skewness (kemiringan) dan kurtosis (keruncingan) dari data. Nilai uji Jarque-Bera dihitung berdasarkan kedua parameter tersebut, dan hasilnya dibandingkan dengan distribusi chi-square untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal. Jika nilai p dari uji Jarque-Bera lebih besar dari tingkat signifikansi (misalnya 0,05), maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa data terdistribusi normal tidak dapat ditolak, yang berarti data tersebut dapat dianggap mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai p lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka data dianggap tidak terdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Salah satu cara untuk menguji multikolinearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). VIF mengukur seberapa besar varians koefisien regresi yang terinflasi akibat adanya korelasi antara variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilai VIF, semakin tinggi pula kemungkinan terjadinya multikolinearitas.

Umumnya, jika nilai VIF lebih dari 10, ini menunjukkan adanya multikolinearitas yang tinggi dan perlu diatasi, misalnya dengan mengeluarkan variabel yang berkorelasi tinggi atau menggunakan metode lain untuk mengurangi dampaknya. Sebaliknya, nilai VIF yang rendah (di bawah 10) menunjukkan

bahwa tidak ada multikolinearitas yang signifikan dalam model regresi, yang berarti variabel-variabel independen tidak memiliki hubungan yang sangat kuat satu sama lain.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memeriksa apakah variabel dalam model regresi berbeda atau konstan, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan heteroskedastisitas. Metode putih digunakan untuk uji heteroskedastisitas dalam model regresi, memanfaatkan alat SPSS versi 23.0 untuk meregresikan residual kuadrat dan variabel terikat

### 3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam konteks penelitian, analisis ini digunakan untuk menguji sejauh mana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Hasil dari analisis regresi linear berganda menghasilkan koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen, yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap variabel dependen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

b. Uji Signifikansi Parsial (t)

Uji signifikansi parsial dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu, dengan cara

menguji hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol (tidak ada pengaruh). Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji t. Jika nilai p-value untuk variabel independen lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka hipotesis nol ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Simultan (F)

Uji signifikansi simultan (uji F) digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji ini menguji hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai p-value uji F lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka hipotesis nol ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

d. Interpretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin baik model dalam menjelaskan variasi data.  $R^2$  yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Sebaliknya,  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa model regresi kurang dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

## F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Defenisi operasional variabel

NO	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Kemudahan merujuk pada sejauh mana suatu produk, layanan, atau sistem dapat diakses atau digunakan dengan mudah tanpa banyak hambatan, yang meningkatkan kenyamanan dan efisiensi bagi penggunaannya.	d. Mudah digunakan e. Jelas dan mudah dipahami f. Mudah dipelajari g. Kemudahan secara keseluruhan
2.	Kemanfaatan (X <sub>2</sub> )	Kemanfaatan adalah sejauh mana suatu produk atau layanan memberikan manfaat atau nilai tambah bagi penggunaannya, yang dapat meningkatkan kualitas hidup atau memenuhi kebutuhan tertentu.	a. Efektifitas b. Menyelesaikan pekerjaan lebih cepat c. Berguna d. menguntungkan
3.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah kebiasaan atau kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan atau tanpa pertimbangan yang matang, sering kali didorong oleh keinginan atau pengaruh eksternal daripada kebutuhan yang nyata.	a. Pemenuhan keinginan b. Barang diluar jangkauan c. Barang tidak produktif d. Status

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo adalah sebuah perguruan tinggi negeri yang terletak di Kota Palopo, Sulawesi Selatan. UIN Palopo memiliki berbagai program studi yang fokus pada pendidikan dan pengembangan ilmu-ilmu keislaman, salah satunya adalah program studi Perbankan Syariah. Kampus ini berada di wilayah yang strategis, dengan akses yang mudah dijangkau oleh mahasiswa dan masyarakat sekitar. UIN Palopo memiliki visi untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi yang unggul dalam bidang ilmu agama dan keislaman, serta memberikan kontribusi terhadap perkembangan masyarakat melalui berbagai penelitian dan pengabdian.

Sebagai tempat penelitian, UIN Palopo menyediakan lingkungan akademik yang mendukung kegiatan belajar-mengajar serta pengembangan riset. Mahasiswa dan dosen di UIN Palopo aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah dan pengembangan keilmuan. Penelitian yang dilakukan di UIN Palopo seringkali berfokus pada isu-isu sosial, ekonomi, dan keagamaan yang relevan dengan masyarakat sekitar. Dalam konteks penelitian ini, UIN Palopo menjadi lokasi yang tepat karena memiliki populasi mahasiswa yang relevan dengan topik penelitian, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif dan kemudahan serta pemanfaatan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 734 orang mahasiswa sebagai populasi yang berasal dari berbagai program studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Dari jumlah populasi tersebut, dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang representatif. Berdasarkan perhitungan Slovin, diperoleh hasil sampel sebanyak 88 responden. Responden yang terpilih dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif yang memenuhi kriteria tertentu, seperti usia, program studi, serta akses terhadap teknologi yang relevan dengan topik penelitian. Karakteristik responden ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai perilaku konsumtif, kemudahan, dan kemanfaatan teknologi di kalangan mahasiswa.

#### a. Jenis Kelamin Responden

Data frekuensi dan persentase jenis kelamin responden dapat dilihat dalam

**Tabel 4.1** Jenis Kelamin Responden

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Pria	11	12,5%
Wanita	77	87,5%
<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2024

tabel dibawah ini :

Tabel ini menunjukkan distribusi jenis kelamin responden dalam penelitian ini. Dari 88 responden, mayoritas berjenis kelamin wanita, yaitu

sebanyak 77 orang atau 87,5%. Sementara itu, hanya 11 responden yang berjenis kelamin pria, yang merupakan 12,5% dari total responden. Data ini menggambarkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden wanita. Sumber data diolah pada tahun 2024, yang memberikan gambaran demografis terkait jenis kelamin responden yang terlibat dalam penelitian.

#### b. Usia Responden

Data frekuensi dan presentase usia responden dapat dilihat dalam tabel

**Tabel 4.2** Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
20	28	31,9%
21	31	35,2%
22	24	27,2%
23	5	5,7%
<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Diolah, 2024

dibawah ini:

Tabel ini menunjukkan distribusi usia responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden berusia 21 tahun, sebanyak 31 orang atau 35,2%. Diikuti oleh responden berusia 20 tahun, sebanyak 28 orang atau 31,9%. Kemudian, responden berusia 22 tahun sebanyak 24 orang atau 27,2%. Terakhir, hanya 5 responden yang berusia 23 tahun, yang merupakan 5,7% dari total responden. Data ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia muda, yakni 20 hingga 22 tahun. Sumber data diolah pada tahun 2024.

c. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian (dalam hal ini, kuesioner) dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (koefisien korelasi item) dengan  $r$  tabel. Dengan derajat kebebasan (df) sebesar 86 (diperoleh dari 88 responden dikurangi 2), dan taraf signifikansi 0,05, nilai  $r$  tabel yang digunakan adalah 0,2096.

Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Artinya, jika nilai  $r$  hitung untuk suatu item lebih besar dari 0,2096, maka item tersebut valid untuk digunakan dalam pengumpulan data. Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka item tersebut dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki atau dihapus dari kuesioner.. Hasil data yang

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kemudahan ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub>	0,633	0,2096	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,668	0,2096	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,610	0,2096	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,575	0,2096	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,510	0,2096	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,627	0,2096	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,536	0,2096	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,498	0,2096	Valid
Kemanfaatan ( $X_2$ )	X <sub>2.1</sub>	0,668	0,2096	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,652	0,2096	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,547	0,2096	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,378	0,2096	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,540	0,2096	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,470	0,2096	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,351	0,2096	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,648	0,2096	Valid
Perilaku Konsumtif ( $Y$ )	Y.1	0,612	0,2096	Valid
	Y.2	0,655	0,2096	Valid
	Y.3	0,536	0,2096	Valid
	Y.4	0,575	0,2096	Valid
	Y.5	0,579	0,2096	Valid
	Y.6	0,537	0,2096	Valid
	Y.7	0,659	0,2096	Valid
	Y.8	0,556	0,2096	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kemudahan (X1), Kemanfaatan (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y). Setiap pernyataan atau item dalam kuesioner diuji dengan membandingkan nilai r hitung (Rhitung) dengan r tabel (Rtabel) yang sebesar 0,2096. Semua pernyataan untuk ketiga variabel menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, yang berarti semua item dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, sesuai dengan hasil pengolahan data menggunakan SPSS pada tahun 2024..

#### d. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang sama pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Alpha Cronbach. Instrumen dikatakan reliable atau dapat dipercaya jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang cukup baik. Jika nilai Alpha Cronbach kurang dari 0,60, maka instrumen dianggap tidak reliable dan perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan konsistensinya. Uji reliabilitas ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat memberikan hasil yang konsisten dan akurat. Hasil uji reabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4** Hasil Uji Reabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Minimal Cronbach's Alpha</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kemudahan (X1)		0,721	Reliabel
Kemanfaatan (X2)	0,60	0,641	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)		0,731	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel Kemudahan (X1), Kemanfaatan (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y). Nilai Cronbach's Alpha untuk ketiga variabel menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0,60, yaitu 0,721 untuk Kemudahan, 0,641 untuk Kemanfaatan, dan 0,731 untuk Perilaku Konsumtif, yang semuanya menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliable atau dapat diandalkan. Ini berarti bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Sumber data diolah dengan SPSS pada tahun 2024..

## **2. Analisis Data**

### **a. Uji Asumsi Klasik**

#### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, yang merupakan asumsi penting dalam analisis statistik, terutama dalam regresi linear. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) satu sampel.

Uji ini membandingkan distribusi data sampel dengan distribusi normal. Jika nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai p-value kurang dari 0,05, maka data tidak terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov ini membantu memastikan keabsahan hasil analisis lebih lanjut yang akan dilakukan dalam penelitian.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.11568979
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.039
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikan atau Asymo.Sig. (2-tailed) sebesar 0,093, yang lebih besar dari nilai taraf signifikan 0,05 ( $0,093 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk melakukan pengujian statistik lebih lanjut.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan masalah dalam estimasi koefisien regresi, yang pada gilirannya dapat menghasilkan hasil yang tidak akurat atau bias.

**Tabel 4.6** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	11.375	2.676		4.251	.000		
Kemudahan	.079	.119	.081	.659	.512	.541	1.849
Kemanfaatan	.510	.127	.495	4.027	.000	.541	1.849

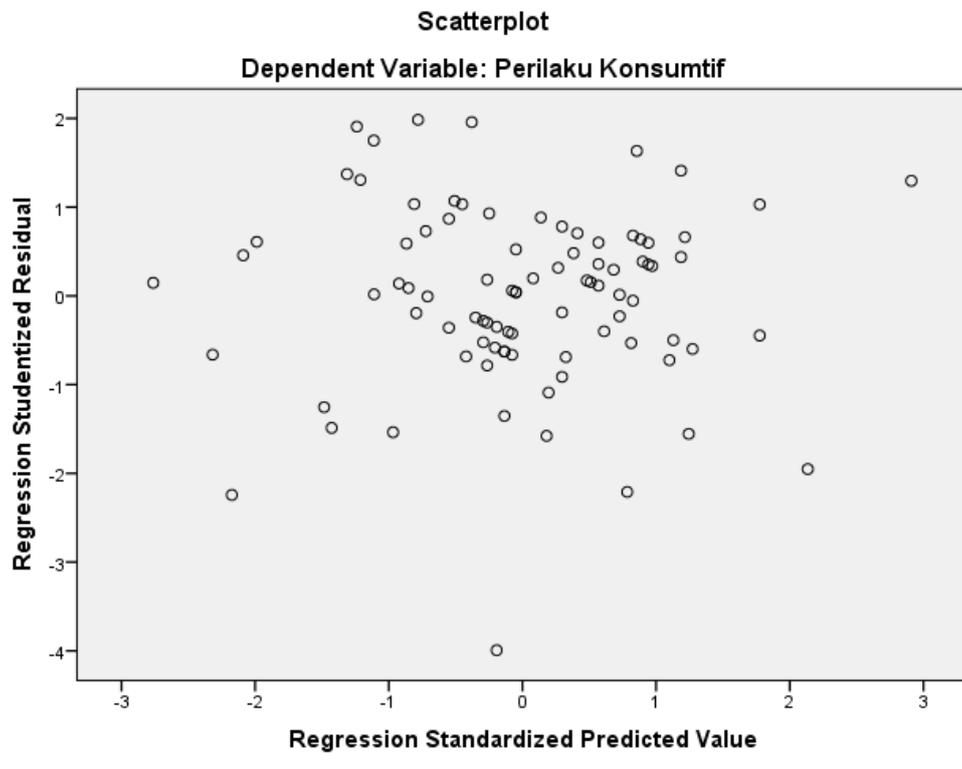
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Kemudahan dan Kemanfaatan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,541 dan VIF sebesar 1,849. Kedua nilai ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas yang signifikan, karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10..

### 3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat variasi yang tidak konsisten dalam distribusi residual (kesalahan pengukuran) pada model regresi. Idealnya, dalam regresi, residual harus memiliki varians yang sama (homoskedastisitas) di seluruh rentang prediksi. Jika varians residual tidak sama (heteroskedastisitas), maka hasil analisis regresi bisa menjadi bias, dan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien.:



**Gambar grafik 4.1** Scatterplot  
Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil pengujian data menggunakan uji heteroskedastisitas dengan bantuan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik sebaran data berada di sekitar angka 0 pada sumbu y, tanpa adanya pola sebaran data yang jelas. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah varians yang tidak konsisten maupun heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi yang baik dan ideal.

**Tabel 4.7** Hasil Uji Heteroskedastisitas *Glejser*

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.166	1.749		2.382	.019
	Kemudahan	-.025	.078	-.047	-.318	.751
	Kemanfaatan	-.015	.083	-.027	-.185	.853

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas Glejser di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk Kemudahan sebesar 0,751 dan Kemanfaatan sebesar 0,853. Kedua nilai ini lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, dan asumsi regresi dapat diterima dengan baik..

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara kemudahan dan kemanfaatan penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa erbankan syariah IAIN Palopo digunakan analisis regresi linier berganda, dimana variabel independen adalah kemudahan ( $X_1$ ) dan kemanfaatan ( $X_2$ ), serta variabel dependen adalah perilaku konsumtif ( $Y$ ). Berikut uji regresi yang dilakukan:

**Tabel 4.8 Analisis Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	11.375	2.676		4.251	.000
	Kemudahan	.079	.119	.081	.659	.512
	Kemanfaatan	.510	.127	.495	4.027	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah dengan SPSS,2024  
Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 11,375 + 0,079X_1 + 0,510X_2$$

Dimana:

- Y = Perilaku Konsumtif
- a = Nilai konstan
- X1 = Kemudahan
- X2 = Kemanfaatan

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut:

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta 11,375 artinya jika rata-rata variabel independen (kemudahan dan kemanfaatan) konstan, maka rata-rata perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 11,375 satuan.
2. Faktor peningkatan kemudahan (X1) sebesar 0,079 yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 satuan nilai kemudahan maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,079 satuan.

3. Faktor peningkatan kemanfaatan (X2) sebesar 0,510 yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 satuan nilai kemanfaatan maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,510 satuan.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan variabel lainnya dalam model regresi..

**Tabel 4.9 Hasil Uji T Parsial**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.375	2.676		4.251	.000
	Kemudahan	.079	.119	.081	.659	.512
	Kemanfaatan	.510	.127	.495	4.027	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

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

Keterangan:

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

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

t tabel = (0,05/2 ; 88-2-1)

= 0,025 ; 85

= 1,988

Berdasarkan tabel di atas pada kolom t dan sig dapat dijelaskan sebagaiberikut:

- a) Variabel kemudahan memiliki nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  yaitu  $0,659 < 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,512 > 0,05$   $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- b) Variabel kemanfaatan memiliki nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4,027 > 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama (simultan) semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji F ini bertujuan untuk menentukan apakah model regresi secara keseluruhan dapat menjelaskan variansi dalam

**Tabel 4.10 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.213	2	324.607	18.723	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1473.685	85	17.337		
	Total	2122.898	87			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024 variabel dependen.

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k-1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

F tabel = 2 ; 88-2-1)

= 2 ; 85

= 3,10

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $18,723 > 3,10$ , dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan dan kemanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan dan simultan terhadap variabel perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif responden.

### 3) Uji Determinasi

Uji determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Dalam konteks ini,  $R^2$  menggambarkan proporsi variasi dalam perilaku konsumtif yang dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan dan kemanfaatan. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam menjelaskan variabel dependen.

**Tabel 4.11** Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.289	4.16383

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,306 atau 30,6%. Artinya, variabel kemudahan dan kemanfaatan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Palopo sebesar 30,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

### C. Pembahasan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan ( $X_1$ ) dan kemanfaatan ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) berdasarkan hasil analisis yaitu:

1. Uji normalitas data menunjukkan bahwa nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,093 dimana hasil tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai taraf signifikan yaitu 0,05 atau ( $0,093 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.
2. Dari hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel kemudahan ( $X_1$ ) adalah  $1,849 < 10$  dan nilai *tolerance value* sebesar  $0,541 > 0,10$ . Untuk variabel kemanfaatan ( $X_2$ ) memiliki nilai VIF sebesar  $1,849 < 10$  dan nilai *tolerance value* sebesar 0,541

$> 0,10$ . Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen.

3. Hasil pengujian data menggunakan heterokedastisitas dengan bantuan grafik Scatterplot menunjukkan titik sebaran data di sekitar angka 0 pada sumbu y. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah varians maupun heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.
4. Pada regresi linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien kemudahan ( $X_1$ ) sebesar 0,079 yang berarti setiap ada penambahan 1 satuan nilai kemudahan maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,079 satuan. Lalu, nilai koefisien kemanfaatan ( $X_2$ ) sebesar 0,510 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai kemanfaatan maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,510 satuan.
5. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo dengan nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  yaitu  $0,659 < 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,512 > 0,05$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Lalu pada variabel kemanfaatan secara parsial menunjukkan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif karena memiliki nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4,027 > 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Kemudian hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Dimana nilai  $F_{hitung} >$

$F_{\text{tabel}}$  yaitu  $18,723 > 3,10$  dengan tingkat signifikan yang dihasilkan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Selanjutnya, Hasil uji hipotesis secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $R$  square sebesar 0,306 atau 30,6% yang artinya variabel kemudahan dan kemanfaatan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam model penelitian.

Berdasarkan hasil analisis di atas maka dapat dideskripsikan hasil penelitian pengaruh kemudahan dan kemanfaatan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel kemudahan penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo.

Berdasarkan hasil penelitian pengujian secara parsial atau uji  $t$  menunjukkan dengan nilai  $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$  yaitu  $0,659 < 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,512 > 0,05$   $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh D'Ayu Mitra Lestari dengan judul pengaruh kemudahan dan kemanfaatan fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,563 lebih besar dari 0,05 ( $0,563 > 0,05$ ). Hal ini membuat variabel kemudahan fitur shopee *paylater* menjadi berpengaruh

tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, sehingga hipotesis kedua tidak didukung.<sup>1</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan *shopee paylater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo melakukan transaksi karena kemudahan penggunaan *shopee paylater* sehingga menyebabkan perilaku konsumtif.

- b. Pengaruh variabel kemanfaatan penggunaan *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo.

Berdasarkan hasil penelitian uji secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan memiliki nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4,027 > 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendrik Agil Saputra dan Ety Dwi Susanti dengan judul pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan intensitas pengguna *paylater* terhadap gaya konsumtif masyarakat ( studi pada pengguna *shopee paylater* usia produktif kota surabaya ) menunjukkan bahwa Hasil yang diperoleh saat pengujian hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap gaya konsumsi (Y) pada

---

<sup>1</sup> D'Ayu Mitra Lestari, "Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial," *Skripsi*, 2022.

konsumen produk shopee *paylater* di wilayah Surabaya dengan tingkat signifikansi  $0,008 < 0,05$ .<sup>2</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo. Dengan kemanfaatan ini, seseorang dapat menunjukkan rasa kegunaan dari fitur yang diadakan oleh pihak shopee. Aplikasi Shopee dengan fitur *paylater* yang dapat membantu konsumen dalam bertransaksi yang aman, membuat kebutuhan terpenuhi atas keterbatasan biaya dalam membeli, dan menyediakan beberapa transaksi selain *paylater* pada saat ingin membayar.

- c. Pengaruh kemudahan dan kemanfaatan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo
- Berdasarkan hasil uji F hipotesis pada uji F yang dilakukan dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $18,723 > 3,10$  dengan tingkat signifikan yang dihasilkan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Selanjutnya, Hasil uji hipotesis secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa diperoleh nilai R Square sebesar 0,306 atau 30,6% yang artinya variabel kemudahan dan kemanfaatan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam model penelitian.

---

<sup>2</sup> Saputra and Susanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya)."

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Kemudahan (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo, berdasarkan uji persial menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  yaitu  $0,659 < 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,512 > 0,05$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
2. Kemanfaatan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo, berdasarkan hasil uji persial menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan memiliki nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4,027 > 1,988$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
3. Kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $18,723 > 3,10$  dengan tingkat signifikan yang dihasilkan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Selanjutnya, Hasil uji hipotesis secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa diperoleh nilai *R square* sebesar 0,306 atau 30,6% yang artinya variabel kemudahan dan kemanfaatan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 30,6% sedangkan sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam model penelitian.

## **B. Saran**

1. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain untuk mengetahui faktor lainnya di luar variabel kemudahan dan kemanfaatan penggunaan Shopee paylater yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Palopo, selain itu diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian.
2. UIN Palopo harus terus memperhatikan dan mengedukasi mahasiswa dalam mengelola keuangan dan mengonsumsi barang secara tidak berlebihan agar meminimalisir terjadinya tingkat perilaku konsumtif tinggi yang dapat merugikan mahasiswa itu sendiri.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kemudahan dan kemanfaatan penggunaan Shopee paylater terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan dan kemanfaatan penggunaan Shopee paylater yang tinggi mampu meningkatkan perilaku konsumtif dari mahasiswa. Maka dari itu sangat penting bagi kampus agar dapat mengedukasi mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, Rezi Suci. "Gambaran Perilaku Konsumtif Siswa-I Sekolah Menengah Atas 'International Islamic Boarding School Republic of Indonesia' (SMA IIBS RI)." *Sma Iibs Ri 27* (2017): 1–12.
- Amalia, Reski Husna. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Iain Palopo." *Skripsi*, 2023, 129.
- Ananda Setiawan. "Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Metode Pembayaran Shopeepaylater." *Skripsi*, 2024.
- Astuti, Maharani Dwi, Prodi Magister Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Sunita Dasman, Prodi Magister Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Cikarang Selatan, and Kabupaten Bekasi. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi" 10, no. 5 (2024): 2893–99.
- Ayu Mitra Lestari, D'. "Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial." *Skripsi*, 2022.
- Budi Darma. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia, 2021.
- Byzka Wibisono. *150 Teknik Ampuh Branding*. Anak Hebat Indonesia, n.d.
- Dhiemma, Kintan Amara. "Fenomena Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Implikasi Sosial Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin." *Skripsi*, 2023.
- Duwi Priyatno. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2016.
- F. D. Davis. "Perceived Usefulness, Perceived of Use, and User Acceptance Ofinformation Technology." *MIS Quarterly* 59, no. 3 (2003): 383–95.
- Fajri Ismail. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. 1st ed. Jakarta: Pnadamedia Group, 2018.
- Harahap Nur, Syahputri Oktavia, and Rizal Agus. "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce Di Era New Normal." *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 2022, 577–88.
- Harun. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.

Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017.

Ilham, and Herlinda Sultan. "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Secara Kredit (Studi Kasus Di Desa Tarramatekkeng Kec. Ponrang Selatan)." *Journal Of Institution And Sharia Finance* 2, no. 1 (2019): 53–64.

Iskandar, Ahmad, and Joni Hendra. "Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo." *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 4, no. 1 (2016): 40–48.

Kemenag, Qur'an. "Al - Hadiid (57) Ayat 11." Qur'an Kemenag, 2022.

kemenkeu. "PayLater Dengan Segudang Resikonya," n.d.

Keuangan, JDIH Kementrian. Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia, Pub. L. No. 23 (1999).

Leonita, Diva, and Siska Wulandari. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020)." *Manajemen Terapan Dan Keuangan* 13, no. 2 (2024).

Lestari, Novia Indah, Mery Ramadani, and Sutikno. *Gen - Y Style Dampak E - Lifestyle, Budaya Digital, Dan E - Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi Di E - Commerce*. Purwokerto: Penerbit Merta Media, 2023.

Mahmudatus Sa'diyah. *Fiqh Muamalah II*. Jepara: Unisnu Press, 2019.

Mia Lasmi Wardiah. *Pengantar Perbankan Syariah*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2019.

Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Depok: Gema Insani, 2001.

Mukhtisar, Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni. "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): 56..

Nikmah, Alfinatu, and Setyo Iriani. "Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 16 (2023): 8–21..

Iainpalopo.siakadcloud.com.

PALOPO, IAIN. "Https://Iainpalopo.ac.id.

- Permana, Widia, Endang Siti Astuti, and Imam Suryadi. *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*. Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Permatasari, Diah Putri. “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Mahasiswa FEBI IAIN Metro.” *Skripsi*, 2024.
- Putri, Rizqi Ananda, and Diany Ufieta Syafitri. “Peran Konformitas Teman Sebaya Dan Kenyamanan Pelayanan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula.” *Psikologi Dan Psikologi Islam* 18, no. 2 (2021).
- Rahayu, S M. “Modul Pembelajaran SMA Ekonomi Kelas X: Bank Sentral, Sistem Pembayaran, Dan Alat Pembayaran Dalam Perekonomian Indonesia,” 2020. <http://repositori.kemdikbud.go.id>.
- Rahmawati, Diana. “Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 5, no. 1 (2012): 107–18.
- Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Ramdhani, Neila. “Model Perilaku Penggunaan Tik ‘NR2007’ Pengembangan Dari Technology Acceptance Model (TAM).” *Buletin Psikologi* 17, no. 1 (2009): 17–27.
- 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.
- Rasyid, Arbanur. “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam.” *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2019): 172–86.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Edited by Abdul. Indramayu: Penerbit Adab, 2023.
- Santosa, Purbayu Budi, and Muliawan Hamdani. *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Saputra, Hendrik Agil, and Ety Dwi Susanti. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya).” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 52–61.
- Shopee. “Tentang SPayLater,” n.d.

- Silaen, E, and B Prabawani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo e-Wallet Ovo." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2019, 1–9.
- Siregar, Winda Suciani, Annio Indah Lestari Nasution, and Nurwani Nurwani. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater." *Jurnal Syntax Transformation* 4, no. 4 (2023): 44–56.
- Siti Resmi. *Perpajakan: Teori Dan Kasus 1*. Salemba, 2015.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sriminarti, Nurul, Yuni Putri Yustisi, and R. Irman Hariman. *Buku Ajar E-COMMERCE*. 1st ed. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, n.d.
- SSusanti, Elva, Nurjanna Ladjin, Laila Qadrini, Vera Selviana Adoe, Moh. Supratman, and Faula Arina. *Buku Ajar Statistika Untuk Perguruan Tinggi*. Indramayu: Penerbit Adab, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Tim Pgsd B. *Wawasan Creativity*. UMM Press, 2017.
- Utami, Anggy Putri, and Rah Utami Nugrahani. "Pengaruh Diskon Pada Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa." *Komunikasi* 10, no. 4 (2023).
- Wahid, Abdul. "Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dan Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee." *Skripsi*, 2023.
- Watung, Sjeddie R. *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Yogyakarta: Percetakan Bintang, 2021.
- Wulur, Frando Christo, and Dety Mulyanti. "Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah." *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 37–45..
- Yaumi, Muhammad. *Media Teknologi Dan Pembelajaran*. Prenadamedia Group, 2018.
- Yindrizar, Susiana, Erizal Nazaruddin, and Melkia Zahra Olivia Vransiska Cania. *Implementasi Kualitas Sistem Informasi Akademik Dalam Pelayanan Administrasi Akademik*. CV. AZKA PUSTAKA, 2024.
- Yusuf Hardianti, Sari, Muspita, Hardianti Yusuf, LD. Dian Hidayat S, and Widia Astuti. "An Islamic Law Perspective on the Concept of Shopee Paylater." *Al-Bayyinah* 6, no. 2 (2022): 166–74.

Yusuf, Muhammad, and Noor Ifada. *E-COMMERCE: Konsep Dan Teknologi*. 1st ed. Malang: Media Nusa Creative, 2021.





**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

*Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian*

**KUESIONER PENELITIAN**

**PETUNJUK PENGISIAN**

1. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara/i paling sesuai. Berikut adalah kriteria untuk memilih jawaban yang tepat::

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RG : Ragu – ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Diharapkan agar setiap nomor dalam skala ini terisi tanpa ada yang terlewat.
3. Gunakan tanda (√) untuk jawaban yang anda pilih.

**BAGIAN I (Identitas Responden)**

1. Nama :
2. Nim :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :

## BAGIAN II

### Kemudahan (X1)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Mudah digunakan						
1	Proses aktivasi Shopee PayLater dipercaya sangat mudah, hanya membutuhkan beberapa langkah sederhana untuk memverifikasi akun, membuatnya mudah diakses oleh pengguna baru tanpa kerumitan.					
2	Dengan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, Shopee PayLater dipercaya memungkinkan pengguna untuk memilih opsi cicilan atau pembayaran langsung hanya dengan beberapa klik, membuatnya sangat mudah digunakan tanpa memerlukan pengetahuan teknis.					
Jelas dan mudah dipahami						
1	Shopee PayLater dipercaya menyediakan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami mengenai cara kerja cicilan dan jangka waktu pembayaran, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami bagaimana cara menggunakan layanan tanpa kebingungannya.					

2	Instruksi dan notifikasi mengenai tenggat waktu pembayaran dan jumlah yang harus dibayar di Shopee PayLater dipercaya selalu disampaikan dengan cara yang sederhana dan mudah dimengerti, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengikuti setiap langkah tanpa kesulitan.					
Mudah dipelajari						
1	Shopee PayLater dipercaya menawarkan proses pendaftaran dan aktivasi yang sederhana, dengan petunjuk yang mudah diikuti, sehingga pengguna baru dapat dengan cepat mempelajari cara menggunakan layanan tanpa memerlukan pelatihan atau tutorial panjang.					
2	Fitur-fitur utama seperti memilih cicilan atau pembayaran penuh dijelaskan dengan jelas di dalam aplikasi, dipercaya memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mempelajari cara memilih opsi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka.					
Kemudahan secara keseluruhan						

1	Dengan antarmuka yang sederhana dan proses yang efisien, Shopee PayLater dipercaya memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menyelesaikan transaksi, mulai dari pemilihan metode pembayaran hingga konfirmasi cicilan, sehingga memberikan pengalaman belanja yang nyaman dan tidak membingungkan.					
2	Shopee PayLater dipercaya menggabungkan berbagai opsi pembayaran yang dapat diakses dengan mudah, membuat keseluruhan pengalaman menggunakan layanan ini menjadi sangat mudah, baik untuk pengguna baru maupun yang sudah berpengalaman.					

**.Kemanfaatan (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Efektifitas</b>						
1	Shopee PayLater dipercaya dapat melakukan pembelian dengan cara yang lebih efisien tanpa perlu khawatir langsung membayar, memberikan kenyamanan dalam mengatur pengeluaran					

2	Dengan fitur cicilan tanpa bunga yang disediakan oleh Shopee PayLater, pengguna dipercaya dapat memperoleh barang yang mereka inginkan segera tanpa menunggu pembayaran penuh, meningkatkan kepuasan dan memenuhi kebutuhan konsumen secara cepat.					
Menyelesaikan pekerjaan lebih cepat						
1	Dengan Shopee PayLater, pengguna dipercaya dapat menyelesaikan transaksi pembelian lebih cepat tanpa perlu mengisi detail pembayaran berulang kali, mempercepat proses checkout.					
2	Fitur cicilan instan dari Shopee PayLater dipercaya memungkinkan pengguna untuk segera mendapatkan barang yang diinginkan, mengurangi waktu tunggu pembayaran penuh dan mempercepat proses kepemilikan produk.					
Berguna						
1	Shopee PayLater dipercaya memberikan fitur bagi pengguna untuk membeli barang sekarang dan membayar nanti, yang sangat berguna saat kebutuhan mendesak atau saat anggaran terbatas.					
2	Dengan menawarkan opsi cicilan tanpa bunga, Shopee PayLater dipercaya memungkinkan pengguna untuk mengelola pembayaran ,					

	memberikan nilai lebih dalam hal kenyamanan dan kontrol atas pengeluaran.					
<b>Menguntungkan</b>						
1	Shopee PayLater dipercaya memberikan keuntungan lebih dengan menawarkan cicilan tanpa bunga, yang memungkinkan pengguna memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus membayar penuh di muka, memberikan keuntungan finansial dalam hal pengelolaan keuangan.					
2	Fleksibilitas yang diberikan oleh Shopee PayLater, seperti pilihan pembayaran dalam 30 hari atau cicilan, dipercaya sangat menguntungkan bagi pengguna yang ingin menyesuaikan pembayaran dengan kemampuan keuangan mereka, membuatnya lebih menarik dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.					

**Perilaku Konsumtif (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Pemenuhan keinginan</b>						
1	Ketersediaan berbagai produk memudahkan konsumen memenuhi keinginan mereka. Banyak pilihan memungkinkan mereka memilih barang atau jasa sesuai preferensi, meningkatkan kepuasan berbelanja.					

2	Iklan menarik sering mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk. Paparan pada iklan kreatif dan konten menarik mendorong konsumen memenuhi keinginan.					
Barang diluar jangkauan						
1	penawaran produk premium yang mungkin tidak terjangkau oleh banyak konsumen. Keberadaan barang-barang ini dapat menarik minat pembelian impulsif meskipun harganya di luar anggaran.					
2	Penawaran diskon dan promo menarik yang menciptakan persepsi nilai lebih bagi konsumen. Ini dapat menggoda mereka untuk mengeluarkan uang lebih dari yang direncanakan, meskipun produk tetap di luar jangkauan.					
Barang tidak produktif						
1	Banyak konsumen membeli barang seperti aksesoris fashion, untuk kesenangan pribadi.					
2	Penawaran produk terbaru mendorong pembelian barang seperti kosmetik atau gadget untuk mengikuti tren.					
Status						

1	Banyak konsumen membeli barang bermerk atau premium guna meningkatkan citra diri dan menunjukkan status sosial, sehingga merasa lebih percaya diri dan diakui oleh lingkungan.					
2	Konsumen membeli produk untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompok, menjadikannya simbol status yang mencerminkan identitas dan gaya hidup.					



Lampiran2 : Tabulasi Jawaban Responden

**TABULASI JAWABAN RESPONDEN**

Kemudahan ( $X_1$ )

<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>X1.6</b>	<b>X1.7</b>	<b>X1.8</b>	<b>Jumlah</b>
4	4	3	3	4	4	4	4	<b>30</b>
4	5	3	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	4	4	3	4	4	3	4	<b>30</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	4	4	4	4	4	3	5	<b>32</b>
3	5	4	1	5	5	4	3	<b>30</b>
1	1	1	4	4	5	4	3	<b>23</b>
5	3	3	5	3	4	5	2	<b>30</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
3	5	5	5	3	3	3	3	<b>30</b>
2	3	4	5	3	4	1	5	<b>27</b>
4	4	3	1	4	4	2	5	<b>27</b>
1	5	1	3	3	3	1	1	<b>18</b>
4	5	5	5	5	5	5	5	<b>39</b>
4	2	1	3	1	2	2	4	<b>19</b>
3	4	3	3	4	4	3	5	<b>29</b>
5	4	3	5	3	4	4	5	<b>33</b>
5	5	4	3	5	3	4	4	<b>33</b>
3	4	4	4	3	4	3	2	<b>27</b>
4	4	4	3	4	4	3	4	<b>30</b>
1	1	1	2	1	1	1	1	<b>9</b>
4	4	4	4	3	4	2	4	<b>29</b>
5	4	4	3	4	2	5	4	<b>31</b>
4	4	4	5	5	5	5	3	<b>35</b>
4	5	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
1	1	3	1	2	1	2	3	<b>14</b>
4	5	4	4	3	2	3	2	<b>27</b>
5	1	5	3	4	3	4	1	<b>26</b>
4	4	5	3	4	1	3	3	<b>27</b>
4	4	3	3	5	4	3	2	<b>28</b>
4	3	5	4	4	4	4	3	<b>31</b>
4	4	1	1	4	1	3	3	<b>21</b>
3	2	4	3	3	3	5	3	<b>26</b>
4	3	4	2	4	2	4	3	<b>26</b>
2	2	1	1	4	2	5	4	<b>21</b>
3	3	2	4	3	3	3	3	<b>24</b>

3	3	3	1	3	1	2	1	<b>17</b>
4	5	5	3	2	3	3	2	<b>27</b>
2	4	1	4	5	2	2	2	<b>22</b>
5	4	2	3	1	3	3	4	<b>25</b>
4	1	5	5	5	3	4	3	<b>30</b>
5	1	1	4	2	2	2	2	<b>19</b>
4	3	4	3	3	2	3	3	<b>25</b>
5	5	5	4	3	2	5	5	<b>34</b>
3	3	4	5	4	3	3	1	<b>26</b>
3	3	3	1	4	1	5	3	<b>23</b>
2	1	3	1	5	3	3	1	<b>19</b>
4	3	5	4	4	2	3	2	<b>27</b>
3	1	4	3	4	3	3	2	<b>23</b>
4	4	5	4	5	3	4	1	<b>30</b>
3	4	2	3	4	4	3	4	<b>27</b>
5	5	4	3	5	4	4	4	<b>34</b>
2	2	2	2	3	2	3	3	<b>19</b>
3	1	1	2	3	3	5	4	<b>22</b>
4	4	3	3	3	4	4	3	<b>28</b>
4	4	3	3	3	4	4	3	<b>28</b>
4	3	4	3	5	3	3	3	<b>28</b>
3	3	4	4	4	3	3	4	<b>28</b>
3	3	3	3	3	2	3	3	<b>23</b>
3	1	3	2	3	2	3	1	<b>18</b>
3	4	2	2	2	5	4	4	<b>26</b>
3	3	3	4	4	4	3	4	<b>28</b>
3	3	5	1	4	3	5	3	<b>27</b>

3	2	4	4	4	4	4	3	<b>28</b>
5	4	5	4	3	2	4	1	<b>28</b>
4	4	4	3	4	3	4	4	<b>30</b>
4	3	3	3	4	3	4	2	<b>26</b>
2	2	4	3	4	2	3	4	<b>24</b>
4	3	2	3	4	5	5	4	<b>30</b>
2	1	1	1	4	2	5	4	<b>20</b>
3	4	4	3	4	2	4	4	<b>28</b>
4	3	4	3	4	3	4	2	<b>27</b>
5	4	5	4	4	3	4	3	<b>32</b>
5	5	1	1	4	3	5	5	<b>29</b>
4	4	4	4	3	1	3	2	<b>25</b>
4	4	1	3	2	4	4	4	<b>26</b>
3	4	3	4	3	3	3	4	<b>27</b>
3	3	3	3	3	3	3	4	<b>25</b>
4	2	2	2	3	4	3	3	<b>23</b>

3	4	4	4	4	3	4	3	<b>29</b>
3	4	3	3	4	3	3	4	<b>27</b>
4	5	4	5	4	4	5	4	<b>35</b>
3	3	3	3	4	3	4	3	<b>26</b>
4	4	4	4	4	4	3	3	<b>30</b>
3	3	3	3	3	3	4	3	<b>25</b>
4	4	4	4	3	4	4	4	<b>31</b>
3	4	4	3	4	4	4	4	<b>30</b>
4	4	4	4	4	4	3	3	<b>30</b>

Kemanfaatan (X<sub>2</sub>)

<b>X2. 1</b>	<b>X2. 2</b>	<b>X2. 3</b>	<b>X2. 4</b>	<b>X2. 5</b>	<b>X2. 6</b>	<b>X2. 7</b>	<b>X2. 8</b>	<b>Jumlah</b>
3	4	3	3	4	4	4	4	<b>29</b>
1	1	3	4	4	2	2	2	<b>19</b>
4	4	4	3	4	4	4	4	<b>31</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	5	5	2	4	1	5	5	<b>32</b>
1	4	3	1	4	1	3	3	<b>20</b>
4	3	2	1	5	4	2	5	<b>26</b>
2	2	3	1	4	2	2	2	<b>18</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	2	4	1	2	3	1	3	<b>21</b>
3	4	5	4	4	4	2	5	<b>31</b>
3	3	2	3	1	5	4	3	<b>24</b>
1	1	1	1	1	3	4	1	<b>13</b>
5	5	5	4	5	4	5	3	<b>36</b>
1	3	2	1	1	3	5	1	<b>17</b>
5	5	5	3	4	4	3	3	<b>32</b>
4	3	5	4	5	5	4	5	<b>35</b>
5	5	4	3	4	5	5	4	<b>35</b>
3	3	4	4	3	3	3	3	<b>26</b>
3	4	4	3	4	2	4	5	<b>29</b>
1	2	2	3	3	1	5	1	<b>18</b>
5	5	4	1	5	2	4	4	<b>30</b>
2	4	3	5	3	1	5	5	<b>28</b>
4	3	3	2	5	3	5	5	<b>30</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
2	1	2	2	3	2	2	2	<b>16</b>
2	1	2	5	5	4	3	3	<b>25</b>
4	5	4	4	2	4	1	4	<b>28</b>
3	4	2	3	2	4	4	3	<b>25</b>
3	5	3	4	2	5	4	5	<b>31</b>

4	3	3	4	5	4	3	5	<b>31</b>
5	3	3	4	3	5	4	4	<b>31</b>
4	4	2	4	3	5	4	5	<b>31</b>
5	3	5	4	4	3	4	3	<b>31</b>
2	3	1	4	3	2	4	4	<b>23</b>
2	3	3	3	4	2	1	5	<b>23</b>
3	2	3	2	3	2	3	4	<b>22</b>
3	3	3	3	3	3	4	4	<b>26</b>
2	4	5	2	2	2	2	3	<b>22</b>
3	3	5	5	2	3	3	2	<b>26</b>
1	4	3	4	2	3	2	4	<b>23</b>
2	2	2	3	2	3	1	1	<b>16</b>
4	4	5	4	3	2	4	4	<b>30</b>
5	4	5	2	4	4	4	4	<b>32</b>
3	3	3	3	1	3	3	3	<b>22</b>
4	2	5	3	3	1	5	2	<b>25</b>
3	2	4	1	3	2	3	5	<b>23</b>
2	2	2	4	4	5	4	5	<b>28</b>
3	3	3	2	1	2	5	1	<b>20</b>
5	3	4	3	4	3	2	4	<b>28</b>
2	5	3	3	5	3	3	5	<b>29</b>
2	4	1	4	4	1	5	3	<b>24</b>
2	1	1	4	2	2	4	4	<b>20</b>
5	4	2	3	4	3	1	1	<b>23</b>
3	3	4	3	3	2	4	4	<b>26</b>
3	3	4	3	3	2	4	4	<b>26</b>
2	4	3	5	3	5	3	4	<b>29</b>
4	4	3	3	4	4	4	2	<b>28</b>
4	4	4	4	3	3	2	4	<b>28</b>
4	3	4	3	2	3	2	3	<b>24</b>
3	3	5	3	3	3	3	4	<b>27</b>
4	3	3	4	3	3	3	4	<b>27</b>
4	3	3	2	2	3	4	4	<b>25</b>
3	2	3	4	3	2	4	3	<b>24</b>
2	4	2	4	2	3	1	4	<b>22</b>
2	3	4	2	3	3	3	3	<b>23</b>
2	5	1	4	2	5	3	3	<b>25</b>
3	1	4	2	5	4	4	2	<b>25</b>
4	3	4	3	4	2	2	5	<b>27</b>
3	1	3	3	4	2	3	2	<b>21</b>
5	3	2	3	2	2	5	4	<b>26</b>
3	4	3	5	4	3	2	4	<b>28</b>
4	3	2	4	3	5	4	5	<b>30</b>
4	5	5	3	4	3	3	3	<b>30</b>
3	2	2	3	4	4	3	3	<b>24</b>

3	4	4	3	1	4	4	3	<b>26</b>
2	3	4	3	4	2	4	4	<b>26</b>
3	2	4	3	4	2	4	4	<b>26</b>
4	3	2	3	3	4	3	4	<b>26</b>
2	2	4	3	4	2	4	4	<b>25</b>
4	3	3	4	4	3	3	4	<b>28</b>
4	4	4	2	5	3	5	5	<b>32</b>
2	2	4	3	4	2	4	4	<b>25</b>
3	4	4	2	5	2	4	5	<b>29</b>
2	3	4	3	4	2	4	4	<b>26</b>
4	4	4	3	4	4	3	4	<b>30</b>
4	4	4	3	4	4	4	4	<b>31</b>
3	5	5	2	5	2	5	5	<b>32</b>

Perilaku Konsumtif (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Jumlah
4	3	3	4	3	4	4	4	<b>29</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	<b>31</b>
4	4	4	4	3	4	4	4	<b>31</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	5	5	5	5	1	5	5	<b>36</b>
4	3	2	3	4	3	3	2	<b>24</b>
1	1	3	1	1	1	1	1	<b>10</b>
2	2	2	2	2	2	3	3	<b>18</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
3	3	4	3	4	3	4	1	<b>25</b>
4	4	5	5	4	5	4	5	<b>36</b>
2	5	5	4	4	4	2	4	<b>30</b>
1	1	3	4	5	1	2	3	<b>20</b>
2	3	5	4	1	2	5	3	<b>25</b>
1	3	1	1	3	5	5	5	<b>24</b>
4	3	3	3	3	3	4	4	<b>27</b>
5	5	4	5	3	4	5	5	<b>36</b>
5	4	5	1	3	4	4	4	<b>30</b>
3	3	3	4	4	2	3	3	<b>25</b>
4	3	4	4	4	3	4	4	<b>30</b>
4	2	3	2	4	2	4	2	<b>23</b>
4	5	1	4	5	3	5	2	<b>29</b>
1	4	3	5	5	4	5	4	<b>31</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	<b>31</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
1	3	3	1	1	3	3	3	<b>18</b>
2	1	3	4	5	3	2	3	<b>23</b>
3	4	4	4	2	5	2	5	<b>29</b>

3	1	3	4	3	4	3	4	25
4	2	5	4	5	5	4	3	32
3	3	4	4	4	4	4	5	31
2	5	3	4	4	2	5	5	30
5	4	4	3	4	2	4	3	29
5	4	4	2	5	3	5	4	32
4	4	3	4	4	4	4	2	29
2	3	4	2	4	4	4	5	28
5	3	5	4	3	3	4	4	31
4	4	4	3	3	3	3	3	27
3	1	2	2	3	2	3	2	18
2	4	4	3	3	2	2	1	21
4	3	4	2	5	4	4	3	29
1	1	3	2	2	1	1	1	12
3	3	3	3	4	3	4	4	27
1	5	3	2	4	4	1	4	24
4	3	4	2	3	2	3	4	25
4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	3	4	4	3	2	4	4	27
4	3	4	3	5	5	3	4	31
3	3	2	3	5	4	5	4	29
1	5	4	3	3	4	5	5	30
3	5	3	4	2	5	2	5	29
4	5	3	4	5	3	4	2	30
1	1	3	2	2	2	2	4	17
4	5	5	4	5	5	3	2	33
3	4	4	3	4	3	3	3	27
4	4	3	4	3	3	3	3	27
4	3	4	2	5	3	4	4	29
2	2	3	3	4	4	3	4	25
3	2	3	2	3	2	3	3	21
3	3	3	4	3	3	3	3	25
3	3	3	2	4	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	5	4	5	2	2	2	2	27
3	3	3	3	3	3	2	3	23
2	3	3	4	2	4	2	4	24
4	4	2	4	4	2	2	2	24
4	1	4	2	4	2	3	4	24
1	4	2	4	2	5	3	4	25
2	4	3	3	3	4	2	2	23
5	2	5	4	4	3	4	2	29
3	4	3	4	4	4	3	4	29
3	2	3	2	3	4	3	4	24
4	3	5	4	3	1	4	3	27
5	3	3	3	4	4	3	3	28
4	3	3	3	5	5	4	3	30
4	2	4	4	2	1	5	3	25

3	3	3	3	3	3	3	3	<b>24</b>
3	3	3	3	3	3	3	3	<b>24</b>
4	4	3	3	3	2	3	3	<b>25</b>
3	3	3	3	3	3	3	3	<b>24</b>
4	3	3	4	4	3	3	3	<b>27</b>
4	3	4	3	4	3	4	3	<b>28</b>
3	3	3	3	3	3	4	3	<b>25</b>
4	3	5	2	5	3	5	4	<b>31</b>
3	3	3	3	3	3	3	3	<b>24</b>
3	2	2	3	2	3	2	3	<b>20</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	3	4	2	5	2	4	4	<b>28</b>









Y4	Pearson Correlation	.297**	.432*	.267*	1	.209	.150	.206	.177	.575**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.012		.053	.166	.055	.101	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y5	Pearson Correlation	.364**	.208	.177	.209	1	.256*	.393**	.116	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001	.053	.102	.053		.017	.000	.287	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y6	Pearson Correlation	.058	.355*	.050	.150	.256*	1	.169	.446**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.595	.001	.646	.166	.017		.117	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y7	Pearson Correlation	.397**	.284*	.265*	.206	.393*	.169	1	.395**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.013	.055	.000	.117		.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y8	Pearson Correlation	.029	.268*	.218*	.177	.116	.446*	.395**	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.787	.012	.043	.101	.287	.000	.000		.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Jumlah	Pearson Correlation	.612**	.655*	.536*	.575*	.579*	.537*	.659**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

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

## Hasil Uji Reabilitas

### 1. Variabel Kemudahan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	8

## 2. Variabel Kemanfaatan (X2)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	8

## 3. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	8

## Hasil Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.11568979
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.039
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

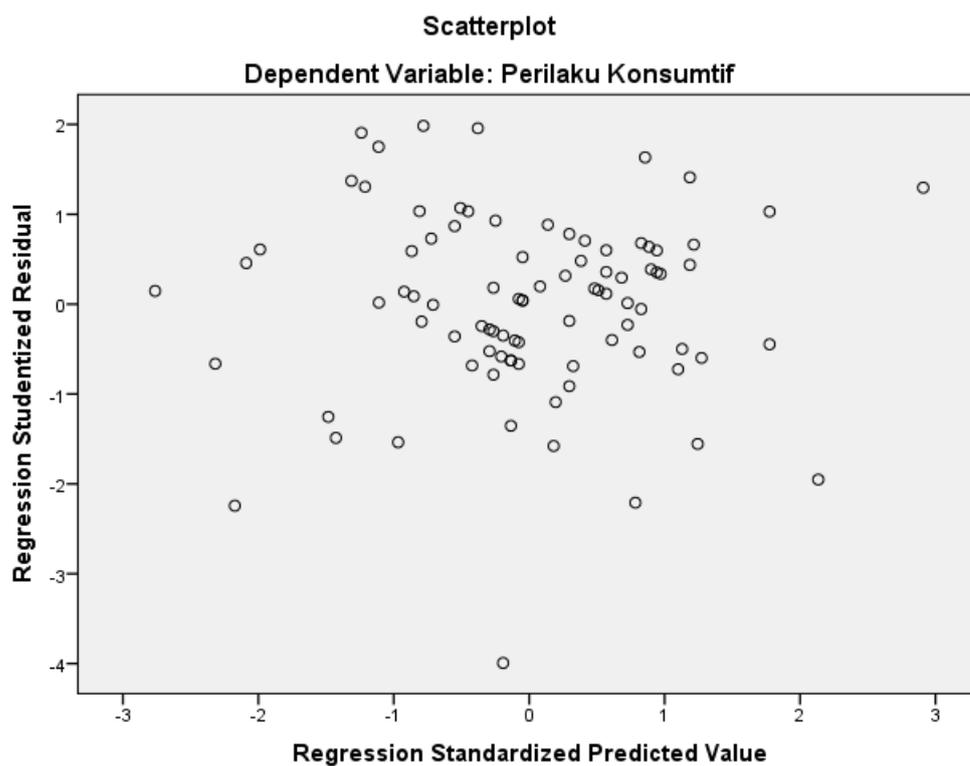
c. Lilliefors Significance Correction.

## Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.375	2.676		4.251	.000
	Kemudahan	.079	.119	.081	.659	.512
	Kemanfaatan	.510	.127	.495	4.027	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Uji Heteroskedastisitas



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.166	1.749		2.382	.019
	Kemudahan	-.025	.078	-.047	-.318	.751
	Kemanfaatan	-.015	.083	-.027	-.185	.853

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### Hasil Uji Parsial ( Uji t )

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.375	2.676		4.251	.000
	Kemudahan	.079	.119	.081	.659	.512
	Kemanfaatan	.510	.127	.495	4.027	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

### Hasil Uji Simultan ( Uji F )

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.213	2	324.607	18.723	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1473.685	85	17.337		
	Total	2122.898	87			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

## Hasil Uji Determinasi ( R<sup>2</sup> )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.289	4.16383

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

**Tabel R**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633

78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**T Tabel**  
**Titik Presentase Distribusi t ( df = 81-120)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825

<b>96</b>	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
<b>97</b>	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
<b>98</b>	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
<b>99</b>	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
<b>100</b>	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
<b>101</b>	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
<b>102</b>	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
<b>103</b>	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
<b>104</b>	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
<b>105</b>	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
<b>106</b>	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
<b>107</b>	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
<b>108</b>	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
<b>109</b>	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
<b>110</b>	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
<b>111</b>	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
<b>112</b>	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
<b>113</b>	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
<b>114</b>	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
<b>115</b>	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
<b>116</b>	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
<b>117</b>	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
<b>118</b>	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
<b>119</b>	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
<b>120</b>	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

### F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>46</b>	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
<b>47</b>	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
<b>48</b>	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
<b>49</b>	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
<b>50</b>	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
<b>51</b>	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
<b>52</b>	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
<b>53</b>	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
<b>54</b>	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
<b>55</b>	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
<b>56</b>	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
<b>57</b>	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
<b>58</b>	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
<b>59</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
<b>60</b>	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
<b>61</b>	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83

62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



## Sertifikat Ma'had Al-Jamiah





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**Syahadah**

Nomor : In.19/PP/PT/MA'HAD AL-JAM'IAH/ 63 /VII/2021

Diberikan kepada :

**CHAHYANI YASMAN M.**  
NIM : 20 0402 0001

Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku  
*Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Adu Ribu Dua Puluh Satu*

  
Dr. Abdul Fero, M.A.  
NIP 19691104 199403 1 004

  
Kepala Unit  
Ma'had Al-Jam'iah IAIN Palopo  
Dr. Mardhi Takwim, M.H.  
NIP 19680503 199803 1 005

Scanned with CamScanner



## Sertifikat PBAK

No. 1421/In.19/PP/PBAK/09/2020  
PBJ



# SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA:

*Chahyani Yasman M.*  
sebagai:  
**PESERTA**

pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK)  
"Membangun Cara Berpikir Moderat yang Berintegrasi Keilmuan Berciri Kearifan Lokal  
untuk Menjaga NKRI Berdasarkan Pancasila"  
yang dilaksanakan pada hari Ahad s.d Selasa 13-15 September 2020  
di Institut Agama Islam Negeri Palopo

Rektor IAIN Palopo,  
  
Prof. Dr. Abdul Firof, M.Ag.

Ketua Panitia,  
  
Muhammad Ilyas, S.Ag., MA.

CS Scanned with CamScanner



## Keterangan MBTA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
UNIT MA'HAD AL-JAMI'AH**

*Jl. Agatis Kel. Balandak Kec. Bara Kota Palopo*

Web: [mahad.iainpalopo.ac.id](http://mahad.iainpalopo.ac.id) / Email : [mahad@iainpalopo.ac.id](mailto:mahad@iainpalopo.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN LULUS MENGAJI**

Nomor : 847/In.19/MA.25.02/04/2025

Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo menerangkan bahwa:

Nama : Cahyani Yasman  
Nim : 2004020001  
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis Islam/PBS

telah mengikuti ujian mengaji (Menulis dan Membaca) Al-Qur'an dan dinyatakan;

**Lulus dengan predikat:**

Membaca : -Istimewa-, Sangat-Baik, Baik\*  
Menulis : -Istimewa-, Sangat-Baik, Baik\*

demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Palopo, 23 April 2025

Wakil Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah

*[Signature]*  
**Wardakwim, M.HI.**

NIP. 196805031998031005

Keterangan:

\* Coret yang tidak perlu

## Buku Kontrol

### Buku Kontrol Penulisan Skripsi

1

#### BIODATA PEMILIK BUKU

Nama : Cahyani Yasmani M.  
NIM : 20 04 02 000 1  
Program Studi : Perbankan Syariah  
No. HP : 083 157 531 654

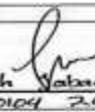
Judul Skripsi

Dengaruh Penggunaan Fitur Shopee
Paylater terhadap Atr Perilaku
Konsumtif Mahasiswa Perbankan
Syariah IAIN Palopo

### Buku Kontrol Penulisan Skripsi

3

#### DOSEN PEMBIMBING

Pembimbing	Nama/NIP	TTD
I	 Muzayyannah Jabani, S.T., M.M. NIP. 19750104 200501 003	
II	  NIP,	

#### **Tugas Pembimbing**

1. Pembimbing I memiliki tugas untuk mengarahkan, membimbing, dan mengoreksi substansi penelitian.
2. Pembimbing II memiliki tugas untuk mengarahkan, membimbing, dan mengoreksi aspek teknis seperti metode penelitian, penulisan, tata bahasa, dan gaya selingkung.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

## Kartu Kontrol



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jl. Bittu Kel. Balandi Kec. Bara Kota Palopo 91914  
 Email: febi@iainpalopo.ac.id/ Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

### KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Cahyani Yerman M.  
 NIM : 20 04 02 001  
 Prodi : Perbankan Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Selasa, 01/10/2024	Agnes Tasya	Pengaruh Percept Risk, Keamanaran, dan Kepuasan Terhadap Minat Mengunduh QR Code Indonesia Standard pada Retailer Bank Kota Palopo	Uk	
2	Jumat 20/09/2024	Eca Pagilung	Pengaruh Inovasi produk digital terhadap kinerja nasabah BSI di kota Palopo pada mahasiswa IAIN Palopo	Zu	
3	26/09/2024	Rasyid Setiawan	Islamic Fintech: strategi pengesahan ZIR dalam peningkatan ekonomi	O	
4	26/06/2024	Melissa Agus	Pengaruh Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan terhadap e-commerce lokal dan menengah di kota Luwu	R	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jl. Bittu Kel. Balandi Kec. Bara Kota Palopo 91914  
 Email: febi@iainpalopo.ac.id/ Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

### KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Cahyani Yerman M.  
 NIM : 20 04 02 001  
 Prodi : Perbankan Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Selasa, 01/10/2024	Agnes Tasya	Pengaruh Percept Risk, Keamanaran, dan Kepuasan Terhadap Minat Mengunduh QR Code Indonesia Standard pada Retailer Bank Kota Palopo	Uk	
2	Jumat 20/09/2024	Eca Pagilung	Pengaruh Inovasi produk digital terhadap kinerja nasabah BSI di kota Palopo pada mahasiswa IAIN Palopo	Zu	
3	26/09/2024	Rasyid Setiawan	Islamic Fintech: strategi pengesahan ZIR dalam peningkatan ekonomi	O	
4	26/06/2024	Melissa Agus	Pengaruh Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan terhadap e-commerce lokal dan menengah di kota Luwu	R	

## Turnitin

### PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH IAIN PALOPO

#### ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>1%</b>	<b>%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>stainsarpress.stainkepri.ac.id</b> Internet Source	<b>9%</b>
<b>2</b>	<b>repository.iainpalopo.ac.id</b> Internet Source	<b>8%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 1%

## Nota Dinas Tim Verifikasi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Cahyani Yasman

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Cahyani Yasman

Nim : 2004020001

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Tim Verifikasi

1. Agussalim Sunusi, S.E.,M.M.

tanggal :

2. Eka Widiastuti, S.E.

tanggal : 25 JUNI 2025

(*Moh*)  
(.....)  
(*Eka*)  
(.....)

## RIWAYAT HIDUP



**Cahyani Yasman M**, Lahir di Palopo, 12 Januari 2002.

Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Yasman Miming, S.E., dan Alm. Saljuwati.

Adapun riwayat pendidikan penulis, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan pada tahun 2014 di SD Negeri 1 LALEBBATA Kota Palopo, Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2017 di SMP Negeri 1 Kota Palopo, dan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2020 di SMA Negeri 3 Kota Palopo. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikannya pada bidang yang ditekuni, yaitu program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Palopo.