

**PENGARUH PENGGUNAN UANG ELEKTRONIK, GAYA  
HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM  
NEGERI PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

guna memperoleh Gelar Sarjana Program Stratan Satu (S-1)

pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ferarenanda Ferdayanti

NIM : 20420671

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

#### HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Nama : Ferarenanda Ferdayanti

NIM : 20420671

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 1 Maret 2002

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

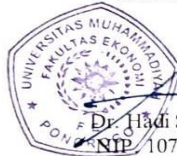
Pembimbing I

**Sayid Abas, SE., M.Si**  
NIDN. 0706017201

Ponorogo, 11 juli 2024  
Pembimbing II

**Yeni Cahyono, SE., ME.Sy.**  
NIDN. 0704047001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si**  
NIDN. 10760508 200501 1 002  
Dosen Penguji

Ketua

Sekretaris

Anggota

**Sayid Abas, SE., M.Si**  
NIDN. 0706017201

**Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si**  
NIDN. 0718107001

**Dr. Rochmat Aldy Purnomo, SE., M.Si**  
NIDN. 0727039301

### **PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pororo, 11 Juli 2024  
  
Herarenanda Herdayanti

20420671

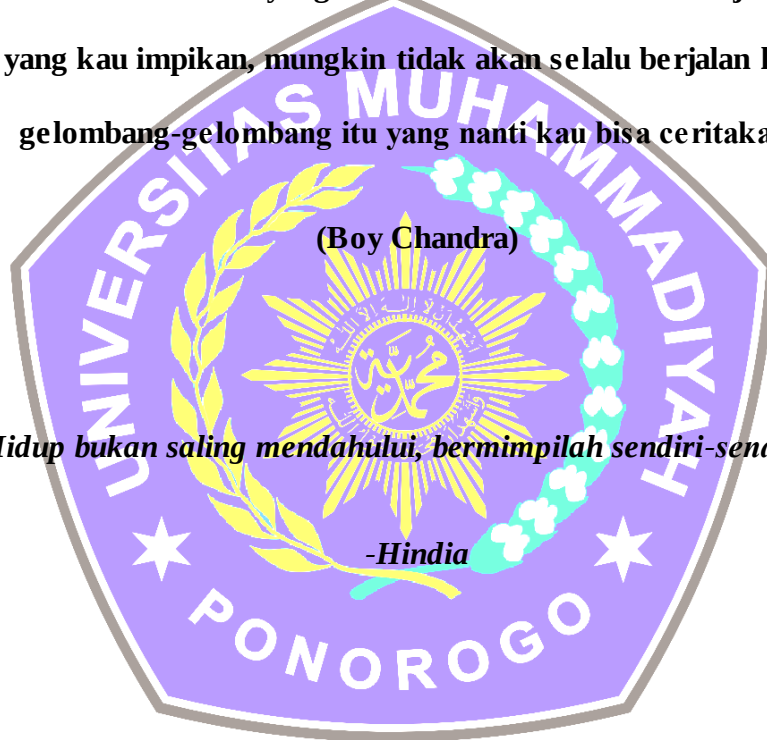
## MOTTO

**“ Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah ini. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti kau bisa ceritakan.”**

**(Boy Chandra)**

***“ Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri.”***

***-Hindia***



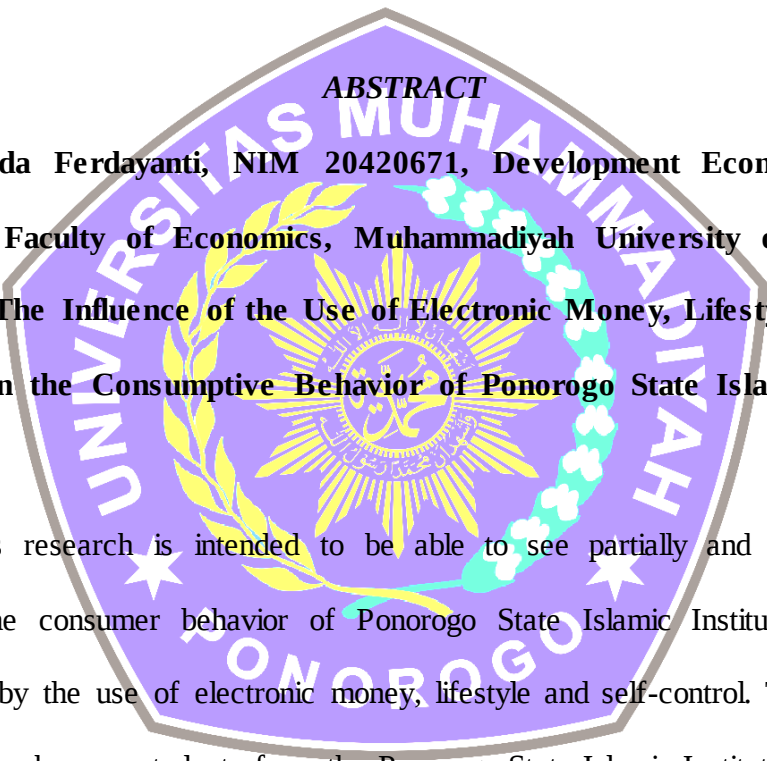
## ABSTRAK

**Ferarenanda Ferdayanti, NIM 20420671, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi: “ Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.**

Penelitian ini ditujukan agar dapat melihat secara parsial dan simultan apakah perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang terdiri dari fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah dengan kriteria mahasiswa pengguna uang elektronik, mahasiswa berusia 19-30 tahun. Jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah 100 responden dengan menggunakan metode nonprobability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel penggunaan uang elektronik (X1) dan Gaya Hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, sedangkan variabel Pengendalian Diri (X3) tidak berpengaruh terhadap mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Kemudian secara simultan menunjukkan bahwa variabel penggunaan uang elektronik, gaya hidup

dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Kata Kunci : *Penggunaan uang elektronik, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, Perilaku konsumtif*



#### ABSTRACT

**Ferarenanda Ferdayanti, NIM 20420671, Development Economics Study Program, Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Ponorogo, Thesis: "The Influence of the Use of Electronic Money, Lifestyle, and Self-Control on the Consumptive Behavior of Ponorogo State Islamic Institute Students."**

This research is intended to be able to see partially and simultaneously whether the consumer behavior of Ponorogo State Islamic Institute students is influenced by the use of electronic money, lifestyle and self-control. The population in the research were students from the Ponorogo State Islamic Institute consisting of the Sharia faculty, Islamic Economics and Business Faculty, Tarbiyah and Teacher Training Faculty, Ushuludin, Adab and Da'wah faculties with the criteria of students using electronic money, students aged 19-30 years. The number of samples using the Slovin formula was 100 respondents using the nonprobability sampling method. The analytical method used is descriptive analysis and multiple regression analysis using the SPSS application program. The results of the research and analysis show that partially the variables use of electronic money (X1) and Lifestyle (X2) have an

influence on the consumptive behavior of students at the Ponorogo State Islamic Institute, while the Self-Control variable (X3) has no effect on students at the Ponorogo State Islamic Institute. Then it simultaneously shows that the variables of electronic money use, lifestyle and self-control influence the consumer behavior of Ponorogo State Islamic Institute students.

Keywords: *Use of electronic money, lifestyle, self-control, consumer behavior*



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Puji syukur alhamdulillah, penulis ucapkan kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kesempatan dan kerahmatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Choirul Hamidah, SE., MM selaku Ketua Progam Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Sayid Abas, SE., M, Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan dan berkenan untuk membimbing, mengarahkan, memberi kritik dan saran yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Yeni Cahyono, SE., ME.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang

- telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen penguji yang telah memberikan motivasi, arahan, masukan dan pertimbangan guna menyempurnakan skripsi ini.
  7. Segenap Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dan memberi ilmu hingga akhir studi.
  8. Kepada kedua orang tua, Bapak sama Mama terimakasih selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memeberikan motivasi, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkat dukungan do'a dan dukungan mama dan bapak saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan Hiduplah lebih lama lagi. Mama & Bapak Harus selalu ada disetiap perjalanan & pencapaian hidup saya. Iloveyou More more more.
  9. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Ekonomi Pembangunan atas dukungan dan kerjasamanya.
  10. Untuk diri saya sendiri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan

pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.



## DAFTAR ISI

|                                                       |                             |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------|
| HALAMAN JUDUL .....                                   | i                           |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                              | i                           |
| PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN..... | Error! Bookmark not defined |
| MOTTO.....                                            | iii                         |
| ABSTRAK.....                                          | iv                          |
| KATA PENGANTAR.....                                   | vii                         |
| DAFTAR ISI.....                                       | x                           |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xiii                        |
| DAFTAR GAMBAR.....                                    | xiv                         |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                  | xv                          |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                | 1                           |
| 1.1. Latar Belakang .....                             | 1                           |
| 1.2. Perumusan Masalah.....                           | 8                           |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....               | 9                           |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 11                          |
| 2.1. Landasan Teori.....                              | 11                          |
| 2.1.1. Penggunaan Uang Elektronik.....                | 11                          |
| 2.1.2. Financial Technology (fintech) .....           | 16                          |
| 2.1.3. Gaya Hidup.....                                | 18                          |
| 2.1.4. Pengendalian Diri.....                         | 23                          |
| 2.1.5. Perilaku Konsumen .....                        | 26                          |
| 2.1.6. Perilaku Konsumtif .....                       | 29                          |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....                        | 38                          |
| 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....              | 40                          |
| 2.4. Hipotesis .....                                  | 41                          |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                       | 43                          |
| 3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....                   | 43                          |
| 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....              | 43                          |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 3.2.1. Populasi.....                         | 43 |
| 3.2.2. Sampel Penelitian.....                | 43 |
| 3.3. Metode Pengambilan Data .....           | 45 |
| 3.3.1. Data Primer.....                      | 45 |
| 3.3.2. Data Sekunder.....                    | 46 |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel .....     | 46 |
| 3.4.1. Penggunaan Uang Elektronik ( X1)..... | 46 |
| 3.4.2. Gaya Hidup ( X2 ).....                | 47 |
| 3.4.3. Pengendalian Diri ( X3 ).....         | 48 |
| 3.4.4 Perilaku Konsumtif (Y).....            | 49 |
| 3.5. Metode Analisis Data .....              | 50 |
| 3.5.1. Analisis Kuantitatif .....            | 50 |
| 3.5.2. Pengujian Hipotesis.....              | 50 |
| 3.5.3. Uji Instrumen Penelitian.....         | 50 |
| 3.5.4. Alat Analisa .....                    | 51 |
| 3.5.5. Pengujian Hipotesis.....              | 52 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....             | 55 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....         | 55 |
| 4.2. Gambaran Umum Responden.....            | 57 |
| 4.2.1. Profil Responden .....                | 57 |
| 4.3. Identifikasi Jawaban Responden .....    | 61 |
| 4.4. Pengujian Instrumen Data.....           | 65 |
| 4.4.1. Uji Validitas .....                   | 65 |
| 4.4.2. Uji Reliabilitas.....                 | 67 |
| 4.5. Analisis Data.....                      | 68 |
| 4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 68 |
| 4.5.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....  | 70 |
| 4.6. Pengujian Hipotesis .....               | 71 |
| 4.6.1. Uji T.....                            | 71 |
| 4.6.2. Uji F .....                           | 74 |

|                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.7. Pembahasan .....                                                                                                                                          | 75 |
| 4.7.1. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo .....                                    | 76 |
| 4.7.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo .....                                                    | 77 |
| 4.7.3. Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo .....                                             | 78 |
| 4.7.4. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo ..... | 79 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                                                               | 80 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                           | 80 |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                                                | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                           | 83 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....                             | 57 |
| Tabel 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                         | 57 |
| Tabel 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....                              | 58 |
| Tabel 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....                              | 59 |
| Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna E-money.....                      | 60 |
| Tabel 6 : Tanggapan Responden Terhadap Terhadap Penggunaan Uang Elektronik<br>(X1) ..... | 61 |
| Tabel 7 : Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup (X2) .....                             | 62 |
| Tabel 8 : Tanggapan Responden Terhadap Pengendalian Diri (X3) .....                      | 63 |
| Tabel 9 : Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) .....                      | 64 |
| Tabel 10 : Hasil Uji Validitas.....                                                      | 66 |
| Tabel 11 : Hasil Uji Reliabilitas .....                                                  | 67 |
| Tabel 12 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                                  | 68 |
| Tabel 13 : Koefisien determinasi.....                                                    | 70 |
| Tabel 14 : Hasil Uji T.....                                                              | 71 |
| Tabel 15 : Hasil Uji F Simultan.....                                                     | 75 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 : Data Pengguna Uang Elektronik.....                | 60 |
| Gambar 2 : Daerah Penolakan $H_0$ dan Penerimaan $H_a$ ..... | 73 |
| Gambar 3: Daerah Penolakan $H_0$ dan Penerimaan $H_a$ .....  | 73 |
| Gambar 4 : Daerah Penolakan $H_0$ dan Penerimaan $H_a$ ..... | 74 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                  |     |
|------------------|-----|
| Lampiran 1.....  | 87  |
| Lampiran 2.....  | 98  |
| Lampiran 3.....  | 102 |
| Lampiran 4.....  | 104 |
| Lampiran 5.....  | 107 |
| Lampiran 6.....  | 107 |
| Lampiran 7.....  | 107 |
| Lampiran 8.....  | 109 |
| Lampiran 9.....  | 111 |
| Lampiran 10..... | 113 |
| Lampiran 11..... | 115 |
| Lampiran 12..... | 116 |
| Lampiran 13..... | 117 |



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Jenis konsumsi masyarakat yang terjadi saat ini sangat dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi yang luas dan kemudahan diakses. Masyarakat modern sangat menikmati apa pun yang mereka anggap sebagai kebutuhan atau keinginan. Bahkan di masyarakat menengah ke bawah, perilaku konsumtif ini tidak akan hilang (Asisi, I. 2020).

Budaya konsumerisme telah berkembang menjadi penyakit sosial yang tidak disadari dan dapat menyebabkan individualisme, materialisme, dan bahkan hedonisme. Dalam masyarakat modern, perilaku konsumtif telah berubah dari kebutuhan primer ke kebutuhan sekunder, tersier, dan bahkan sebagai pelengkap pemenuhan kebutuhan, dengan peningkatan kecenderungan untuk konsumtif (Afrizal, A. 2020).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan yang telah bergeser tersebut sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi yang irasional dan kompulsif dapat dideskripsikan seperti ketika individu membeli barang atau layanan jasa

dengan tidak berdasarkan kebutuhan prioritas namun sekedar memenuhi hasrat dan keinginannya saja, teknologi komunikasi elektronik dan keuangan juga mendukung masyarakat memiliki akses yang tanpa batas terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga lebih mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif.

Fenomena ini akan menjadi ancaman yang serius ketika tidak hanya terjadi pada orang dewasa melainkan juga pada remaja, karena pola konsumsi setiap individu terbentuk ketika usia remaja. Remaja adalah masa perubahan dan mencari jati diri, perilaku mereka sebagai bentuk proses pembentukan pada usia ini, dan mereka berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal, oleh karena itu mereka mudah terkena dampak dari berbagai hal di sekitar mereka, baik positif maupun negatif.

Banyak dijumpai saat ini adalah kecenderungan mahasiswa yang merupakan remaja tingkat akhir meniru gaya hidup konsumtif yang serba up to date. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan, mahasiswa cenderung menjalani gaya hidup konsumtif dan modern. Mahasiswa berusaha menunjukkan bahwa mereka mengikuti tren yang diperhatikan, dari pada membeli barang yang tidak terlalu penting lebih baik membeli kebutuhan kampus yang lebih penting, seperti buku dll, namun siswa lebih suka membelanjakan uang saku mereka untuk membeli berbagai merek untuk meniru tren dan diakui dilingkungan socialnya.

Membeli suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya boleh saja bahkan itu sudah menjadi sesuatu yang wajar. Selama pembelian,

tujuannya adalah untuk mencapai pemenuhan kebutuhan hidupnya yang paling penting, apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Oleh karena itu, ilmu ekonomi menyelidiki proses pengambilan keputusan manusia dan membantu orang memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat tanpa kehilangan banyak uang.

Dengan munculnya sistem pembayaran elektronik, mahasiswa dan remaja lebih mudah membeli buku dan kebutuhan sekolah. Belanja dengan uang elektronik lebih nyaman, lebih cepat, dan lebih aman. Siswa mungkin menjadi lebih konsumtif jika mereka menggunakan uang elektronik lebih banyak.

Uang elektronik ialah alat pembayaran yang digunakan untuk menyetorkan sejumlah uang kepada penerbit, secara langsung, maupun melalui agen penerbit, dengan menerbitkan rekening bank, sebelum dimasukkan dalam nilai media uang elektronik dan kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan transaksi pembayaran dengan mengurangi nilai uang pada uang elektronik secara langsung. Ini berbeda dari uang kertas atau koin. Pengguna sering mengisi akun mereka dengan kartu prabayar, aplikasi seluler, atau internet.

Demi menjamin keamanan dan perlindungan konsumen, otoritas keuangan atau bank sentral sering mengatur uang elektronik, meskipun peraturan ini dapat berbeda dari negara ke negara. Pengguna dapat dengan mudah melacak riwayat transaksi melalui platform uang elektronik, yang memberikan transparansi yang lebih besar dalam pengelolaan keuangan pribadi. Seiring kemajuan teknologi, uang elektronik terus berkembang.

Pembayaran tanpa sentuhan dan mata uang digital adalah beberapa inovasi yang semakin mengubah cara kita bertransaksi. Uang elektronik telah menjadi bagian penting dari ekonomi digital modern dan telah mengubah cara orang berinteraksi dengan uang.

Dalam penelitian (Rif'ah, 2019) menunjukkan bahwa fenomena masyarakat tanpa uang telah menyebabkan generasi muda kurang sadar tentang nilai uang mereka. Mereka percaya bahwa nilai mata uang itu sendiri turun karena anggapan mereka bahwa baik harga maupun nominal transaksi hanyalah angka. Khususnya bagi generasi muda yang sudah terbiasa dengannya, kemajuan teknologi selalu beriring dengan zaman dan tak terhindarkan. Penawaran yang menarik telah mendorong generasi muda untuk beralih ke gaya hidup tanpa uang. Hal ini berdampak pada cara generasi milenial bertransaksi dan mengonsumsi barang.

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat seseorang yang membentuk cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari. Secara umum, gaya hidup seseorang dapat ditandai dari apa yang mereka lakukan setiap hari, seberapa peduli mereka terhadap hal-hal di sekitarnya, pendapatnya tentang dunia luar, dan dirinya sendiri. Hal ini menunjukkan seberapa tinggi nilai moral seseorang mahasiswa.

Gaya hidup mahasiswa mungkin terlalu berlebihan karena gaya hidup tinggi, zaman yang terus berubah, dan budaya asing yang bebas. Di sinilah gaya hidup memengaruhi pilihan makanan yang dibuat. Untuk menghindari terjerumus dalam perilaku konsumsi hedonisme atau pembelian impulsif,

diperlukan upaya pengendalian diri dalam menghadapi masyarakat yang saat ini menjalani gaya hidup tanpa uang (Mengga et al., 2023).

Menurut analisis sekitar, gaya hidup sudah masuk ke semua kelompok, termasuk mahasiswa. Selain itu, sebagai mahasiswa, sulit bagi kita untuk menghentikan kemajuan. Untuk menghindari tindakan negatif, gaya hidup modern harus dimasukkan ke dalam rutinitas sehari-hari. Selain itu, sekarang lebih mudah bagi siswa untuk belajar tentang hal-hal yang lebih moderen dan mengubah gaya hidup mereka, termasuk cara berpakaian, bersosialisasi, dan hal-hal lainnya yang memengaruhi aktivitas sehari-hari mereka. Kehidupan siswa saat ini sangat berlawanan baik di dalam maupun di luar keluarga mereka. Ini dimulai dengan gaya hidup menyimpang, tingkat pendidikan yang rendah, gaya hidup yang tidak sesuai dengan pendapatan keluarga, dan perilaku menyimpang.

Gaya hidup seseorang yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang atau jasa sangat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Perubahan gaya hidup telah terjadi dalam waktu yang cepat dan cenderung berlebihan karena kemajuan teknologi smartphone, social media, dan barang elektronik. Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik mampu mengendalikan jumlah uang yang mereka habiskan untuk menjalani kehidupan mereka sehingga mereka tidak menjadi perilaku konsumtif.

Perilaku pengendalian diri merupakan cara seseorang dalam mengontrol dirinya atau mengendalikan perilaku, seseorang yang memiliki pengendalian diri yang tinggi akan melakukan pertimbangan mengenai apakah keputusan perilaku konsumsi itu didasarkan kebutuhan atau keinginan

semata.pengendalian diri yang baik bisa mencegah timbulnya perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan dapat mengontrol perilaku kognitif dan keputusannya.

Perkembangan ekonomi digital terkait erat dengan gaya hidup tanpa uang masyarakat dan generasi muda. Oleh karena itu, dianggap lebih mudah untuk menyesuaikan diri dengan digitalisasi karena mereka adalah generasi yang memahami teknologi dan hidup dalam "internet of things". Tentu saja, hal ini cocok dengan sifat siswa yang suka segala sesuatu yang praktis dan dapat dilakukan dengan ponsel atau kartu uang elektronik mereka.

Uang elektronik merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang sedang berkembang saat ini. Pemakaian uang elektronik pada generasi muda dapat menunjukkan pola perilaku konsumsinya. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa electronic money dan APMK (alat pembayaran dengan kartu) telah menjadi alat pembayaran terbaik (Khairi & Gunawan, 2019).

Adanya pengaruh gaya hidup pada pola konsumsi mahasiswa. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2019) bahwa gaya hidup memiliki efek positif terhadap konsumsi makanan oleh penduduk muslim di Kecamatan Kotapinang. Semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin banyak yang mereka konsumsi.

Hubungan antara pengendalian diri terhadap pola perilaku konsumsi dikemukakan dalam penelitian (Dikria & W, 2016) seseorang yang dapat mengendalikan diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini juga dibenarkan oleh penelitian (Mengga et al., 2023) yang menerangkan bahwa kendali perilaku memiliki pengaruh positif

terhadap intensi dalam menggunakan uang elektronik. Kendali perilaku positif pada niat perilaku memaparkan bahwasannya masyarakat pemakai uang elektronik mempunyai pengetahuan, kemampuan dan sumber yang baik yang mana mampu memberipengaruh pada minat masyarakat dalam memakai uang elektronik.

Dalam kehidupan manusia, gaya hidup konsumtif telah mendominasi sulitnya membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga berbagai upaya untuk memuaskan keinginan yang ada pada diri manusia. Padahal manusia memiliki kelemahan, sehingga tidak semua keinginan harus terpenuhi. Berdasarkan penjelasan fenomena yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai perilaku konsumtif pengguna uang elektronik menjadi menarik karena gaya hidup adalah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi, sedangkan perilaku pengendalian diri diharapkan dapat mengatasiperilaku konsumtif pada pengguna uang elektronik.

Pada penelitian ini, peneliti lebih berfokus pada perilaku konsumtif terhadap mahasiswa, sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sudiro & Asandimitra, 2022) berfokus pada perilaku konsumtif pada umumnya. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan mengenai Perilaku konsumtif beberapa diantaranya mengambil sampel penelitian dari kalangan mahasiswa seperti penelitian yang dilakukan oleh (Choiriyah, 2019), penelitian (Pulungan & Febriaty, 2018) dan penelitian (Ali Mujahidin, 2020). Pembeda penelitian sebelumnya

dengan penelitian yang ini adalah penulis memilih untuk meneliti dari kalangan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Berdasar dari latar belakang dan fenomena ini, peneliti memperoleh ketertarikan untuk membahas penelitian melalui judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Fenomena yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai perilaku konsumtif pengguna uang elektronik menjadi menarik karena gaya hidup adalah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi, sedangkan perilaku pengendalian diri diharapkan dapat mengatasiperilaku konsumtif pada pengguna uang elektronik.

Berdasarkan urian pada latar belakang untuk mempertegas permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan uang elektronik secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo ?
3. Bagaimana pengaruh Pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo ?

4. Bagaimana pengaruh penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **Tujuan Penelitian**

Fenomena yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai perilaku konsumtif pengguna uang elektronik menjadi menarik karena gaya hidup adalah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi, sedangkan perilaku pengendalian diri diharapkan dapat mengatasiperilaku konsumtif pada pengguna uang elektronik.

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka dikemukakan tujuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
3. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-money, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

## **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuan tentang masalah dunia nyata dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.

### **2. Bagi Akademis**

mengembangkan pengetahuan dan pemahaman tentang variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, dengan fokus pada variabel penggunaan uang elektronik. Gaya Hidup, Kemandirian

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan menambah pengetahuan dan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian serupa.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Penggunaan Uang Elektronik**

Uang elektronik ialah alat pembayaran elektronik yang dilakukan dengan memberikan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik langsung maupun melalui agen penerbit, atau dengan menerbitkan rekening bank. Nilai uang ini dimasukkan ke dalam media uang elektronik yang dinilai dalam satuan rupiah dan dimanfaatkan secara langsung untuk melakukan pembayaran. Uang elektronik didefinisikan sebagai "produk yang memiliki nilai tersimpan" (*stored value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang, menurut Ramadani (2016).

Setelah mereka membeli barang dan layanan, pedagang menerima sejumlah uang. Mereka kemudian dapat menukar sisa uang dengan uang elektronik ke penerbit. Kartu prabayar yang disebut e-money memiliki banyak manfaat. Mereka dapat digunakan di toko dan disimpan di transportasi umum (Chiu dan Wong, 2014). Pada tanggal 13 April 2009, Bank Indonesia membuat dan mengesahkan aturan tentang uang elektronik (e-money) dengan Peraturan No.11/12/PBI/2009. Karena perkembangan alat pembayaran elektronik dan alat pembayaran yang dirilis oleh perusahaan lain selain bank, peraturan ini diperlukan. Tujuan peraturan ini

adalah untuk meningkatkan keamanan dan kemudahan pembayaran elektronik bagi penyelenggara dan pengguna. Uang elektronik juga dapat didefinisikan sebagai suatu produk yang memiliki nilai yang disimpan atau telah dibayar yang disimpan di dalam media elektronik yang dimiliki seseorang, menurut publikasi Bank of International Settlements (BIS) (Hidayati et.al., 2006).

Karakteristik Uang Elektronik, beberapa karakteristik diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Nilai uang yang telah disimpan dalam instrumen uang elektronik dapat dikenal sebagai nilai penyimpanan, yang akan berkurang jumlahnya saat konsumen melakukan pembayaran.
2. Konsumen memiliki kontrol total atas uang elektronik.
3. Pada saat terjadinya transaksi, dana dalam bentuk nilai elektronik dapat ditransfer dari terminal pembeli ke terminal penjual secara offline.

Dalam hal ini, verifikasi dapat dilakukan pada tingkat penjualan, atau lokasi penjualan, tanpa perlu mengakses komputer penerbit secara online.

Uang elektronik, yang merupakan alternatif pembayaran non tunai yang lebih efisien daripada pembayaran tunai, biasanya disimpan dalam dompet digital, atau *e-wallet*. *E-wallet* disukai siswa karena mudah, aman, efisien, dan inovatif (Kumala dan Mutia, 2020).

Dompot digital (*e-wallet*) memerlukan perangkat untuk menyambung ke pusat server saat pengguna melakukan pembayaran uang elektronik, di sisi lain, berbasis chip yang ditanamkan di dalam kartu, sehingga tidak membutuhkan koneksi internet untuk melakukan transaksi, (Februaria dkk., 2020).

Menurut peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016, dompet digital, yang dikenal juga sebagai uang elektronik, merupakan layanan elektronik yang dapat menyimpan informasi tentang alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dan menyimpan seluruh dana untuk pembayaran (Sihombing, 2017). Aulia (2020) menyebutkan beberapa *e-wallet* yang sedang berkembang di Indonesia seperti GoPay, Ovo, DANA, LinkAja, Sakuku, Jenius, OCTO Go Mobile, DOKU, Mega Mobile, dan iSaku.

Dalam penelitian ini, semua jenis layanan uang digital, apakah itu dompet digital atau hanya nilai digital, seperti m-banking, ovo, gopay, shopeepay, isaku, dan banyak lagi, digunakan sebagai variabel operasional uang digital.

Uang elektronik terbagi menjadi dua jenis berdasarkan apakah penerbit kartu menyimpan data pemegang:

- a. Uang elektronik yang terdaftar ialah kartu uang elektronik di mana data identitas pemegangnya terdaftar atau tercatat pada penerbit

uang elektronik. Nilai uang elektronik tidak boleh melebihi 5 juta rupiah.

- b. Uang elektronik yang tidak terdaftar ialah kartu e-money yang identitas pemegang atau pemiliknya tidak terdaftar atau tercatat pada penerbit uang elektronik. Nilai uang elektronik tidak boleh melebihi 1 juta rupiah.



#### **2.1.1.1. Indikator penggunaan e-money dalam perilaku konsumtif:**

1. Uang elektronik membuat transaksi lebih cepat dan mudah. Ini dapat mempengaruhi seseorang untuk lebih sering berbelanja atau menghabiskan uang tanpa banyak pertimbangan karena tidak perlu membawa uang tunai fisik.
2. Ketika seseorang menggunakan uang elektronik, tidak ada perasaan sebenarnya dari kehilangan uang tunai. Ini dapat membuat seseorang lebih mungkin untuk menghabiskan uang tanpa merasa bahwa mereka sebenarnya telah mengeluarkan uang.
3. Beberapa penyedia uang elektronik atau aplikasi pembayaran digital menawarkan diskon, cashback, atau penawaran khusus kepada pengguna mereka. Ini dapat mendorong seseorang untuk berbelanja lebih banyak untuk mendapatkan manfaat dari penawaran tersebut.
4. Uang elektronik sering kali menampilkan saldo dalam bentuk digital, dan seseorang mungkin tidak selalu menyadari sejauh mana mereka

telah menghabiskan uang atau berapa saldo yang tersisa. Ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terduga.

5. Penggunaan uang elektronik seringkali tidak menciptakan batasan fisik dalam bentuk uang tunai. Ini dapat menyebabkan pengguna menghabiskan lebih dari yang mereka rencanakan atau mampu, karena mereka tidak memiliki 'batas' fisik yang mereka rasakan saat membawa uang tunai.
6. Media sosial dan platform online seringkali mempromosikan gaya hidup konsumtif. Penggunaan uang elektronik dapat mempermudah seseorang untuk membeli barang-barang yang terlihat di media sosial atau diiklankan, mengikuti tren konsumsi masyarakat.
7. Dalam beberapa kasus, pengguna uang elektronik mungkin kurang kesadaran finansial, dan mereka mungkin tidak memiliki rencana keuangan yang jelas. Hal ini dapat mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.
8. Uang elektronik juga digunakan untuk pembayaran dalam belanja online. Kemudahan berbelanja online dengan uang elektronik dapat membuat seseorang lebih mungkin untuk menghabiskan uang tanpa harus meninggalkan rumah.

Agar dapat mengurangi risiko perilaku konsumtif, penting bagi individu untuk memiliki perencanaan keuangan yang jelas, memantau dan mengendalikan pengeluaran, serta menggunakan uang elektronik secara

bijak. Selain itu, penyedia uang elektronik juga harus mempromosikan penggunaan yang bertanggung jawab dan memberikan informasi yang memadai tentang pengeluaran kepada pengguna mereka.

### **2.1.2. Financial Technology (fintech)**

Dengan adanya bantuan teknologi, sistem keuangan dapat menghasilkan produk, layanan teknologi, dan model bisnis baru, serta meningkatkan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Selain itu, teknologi dapat memengaruhi stabilitas sistem moneter dan keuangan.

Menurut Pusat Penelitian Digital Nasional (NDRC), istilah fintech mengacu pada inovasi di bidang keuangan yang menggunakan teknologi modern. Pada dasarnya, fintech merupakan layanan keuangan yang berbasis teknologi. Salah satu produk fintech adalah layanan keuangan inovatif yang menggunakan sistem online seperti pembayaran tagihan listrik, cicilan kendaraan, dan premi asuransi. Pengiriman uang dan pengecekan saldo melalui perangkat mobile juga dapat dilakukan oleh fintech.

#### **2.1.2.1. Jenis-jenis Financial Technology**

1. *Fintech payment settlement and clearing* menawarkan layanan sistem pembayaran yang dikembangkan oleh industri

perbankan dan bank Indonesia seperti gopay, ovo, linkaja, dana, flip, unique, t-cash, dan lain-lain.

2. *Pasar crowdfunding dan peer-to-peer lending (P2P lending)*

merupakan tempat dimana orang yang ingin mendapatkan pinjaman dihubungkan dengan orang yang bersedia memberikan pinjaman. Salah satu contohnya adalah Investree, yang menjadi pionir dalam pasar ini dengan membuat proses pinjam meminjam lebih mudah dan lebih sederhana.

3. *Market Aggregator* adalah situs web yang mengumpulkan dan menyampaikan informasi tentang berbagai jenis produk keuangan untuk memberikan informasi kepada pengguna. Anda juga dapat membandingkan informasi ini dengan berbagai jenis produk keuangan, seperti investasi, asuransi, kartu kredit, dan kredit.

4. *Perencanaan keuangan digital untuk investasi dan manajemen risiko* Jenis fintech ini akan membantu kita dalam merencanakan keuangan secara mudah dan cepat dan mengetahui situasi keuangan kita.

#### **2.1.2.2. Keuntungan Fintech**

1. Fintech memberikan layanan, pilihan, dan harga yang lebih baik bagi pelanggan.

2. Pemain fintech, yang berarti perdagangan barang atau jasa, memperoleh keuntungan dari membekukan alur informasi, mengurangi biaya modal dan operasional, dan menyederhanakan rantai transaksi.
3. Fintech mendukung kebijakan ekonomi, kecepatan perputaran uang, dan peningkatan ekonomi masyarakat. Di Indonesia, fintech juga mendukung strategi keuangan inklusif nasional (SKNI) dan kemampuan ekspor UMKM yang masih rendah.

#### **2.1.3. Gaya Hidup**

Gaya hidup memiliki banyak arti. Menurut ahli psikologi Alfred Adler, gaya hidup terdiri dari perilaku masa lalu yang penting bagi seseorang dan orang lain, seperti membangun hubungan sosial, membeli barang, menonton film, dan berpakaian.

Gaya hidup terdiri dari perencanaan, kebiasaan, dan protokol untuk melakukan sesuatu; motivasi, kebutuhan, dan tuntutan membentuk gaya hidup. Salah satu mazhab behavioristik berpendapat bahwa jika suatu tindakan menghasilkan kepuasan atau kenikmatan tanpa menghasilkan hukuman, tindakan itu akan diulangi.

Kotler (2012:12) mengatakan gaya hidup adalah pola hidup seseorang di seluruh dunia yang ditunjukkan oleh aktivitas, minat, dan pendapatnya. Menurut Assael (2013:24), gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara

seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), hal-hal penting yang mereka pikirkan tentang lingkungan mereka (minat), dan pandangan mereka tentang diri mereka sendiri dan lingkungan mereka.

Menurut penelitian (Rif'ah, 2019), fenomena masyarakat tanpa uang telah menyebabkan generasi muda kurang sadar akan nilai uang mereka. Mereka menganggap nilai mata uang itu sendiri menurun karena mereka percaya bahwa harga atau nominal transaksi hanyalah angka. Ini terutama benar bagi generasi muda yang sudah terbiasa dengan kemajuan teknologi. Karena penawaran menarik, generasi muda telah kehilangan uang. Ini berdampak pada cara generasi milenial berinteraksi dan membeli barang. Gaya hidup seseorang sangat memengaruhi konsumsi mereka, yang merupakan faktor yang signifikan. Gaya hidup ini mencerminkan nilai-nilai mahasiswa. Mahasiswa mungkin menjalani gaya hidup yang mewah, menghabiskan terlalu banyak waktu di luar negeri, dan memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan orang-orang dari berbagai budaya. Di sini, pilihan pelanggan ditentukan oleh gaya hidup mereka. Dalam menghadapi gaya hidup tanpa uang di masyarakat modern, diperlukan upaya pengendalian diri untuk menghindari terjerumus dalam hedonisme konsumtif atau pembelian impulsif.

Dari uraian diatas, gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang mencakup cara dalam mengisi waktu yang dimiliki, hal-hal yang mereka

anggap paling penting, dan pandangan mereka tentang diri mereka dan lingkungan mereka.

#### **2.1.3.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu sebagai berikut:

##### **1. Faktor Internal**

###### **a. Sikap**

Sikap ialah kondisi mental yang dipengaruhi oleh pengalaman dan siap untuk memberikan reaksi terhadap apa pun.

###### **b. Pengalaman dan pengamatan**

Pengalaman dapat diperoleh dan dipelajari dari kegiatan sebelumnya, memengaruhi bagaimana seseorang berperilaku di lingkungan sosial, dan dapat diperoleh melalui

###### **c. Kepribadian**

Kepribadian ialah sifat dan cara seseorang bertindak yang membedakan tingkah laku mereka dari orang lain.

###### **d. Konsep diri**

Konsep diri seseorang juga memengaruhi kepribadiannya.

###### **e. Motif**

Beberapa alasan mengapa orang bertindak seperti itu, seperti menginginkan prestise dan merasa dilindungi.

###### **f. Persepsi**

Persepsi ialah proses memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi sehingga seseorang dapat memperoleh pemahaman yang signifikan tentang lingkungan sekitarnya.

## 2. Faktor Eksternal

### a. Kelompok referensi

Kelompok orang yang memberikan pengaruh sikap dan perilaku seseorang secara langsung maupun tidak langsung dikenal sebagai kelompok referensi.

### b. Keluarga

Keluarga membentuk sikap dan perilaku individu secara paling kuat dan paling lama.

### c. Kelas sosial

adalah sekelompok orang yang sebagian besar serupa dan tetap stabil dalam masyarakat. Kelas-kelas ini disusun dalam berbagai tingkatan, dan masing-masing tingkatan memiliki anggota yang memiliki prinsip, minat, dan tingkah laku yang mirip.

### d. Kebudayaan

Pengetahuan, keyakinan, seni, etika, norma hukum, tradisi, dan perilaku yang dimiliki seseorang sebagai anggota masyarakat disebut sebagai budaya.

### **2.1.3.2. Kategori Gaya Hidup**

Ada dua jenis gaya hidup: "gaya hidup normatif" menggambarkan standar budaya yang ditanamkan pada orang oleh masyarakat, yang biasanya terkait dengan gaya konsumsi dan sistem ekonomi masyarakat. Gaya hidup pribadi" menggambarkan pilihan dan keyakinan individu tentang bagaimana mereka menjalani aktivitas konsumsi dalam konteks masyarakat, budaya, dan subkultur mereka sendiri.

### **2.1.3.3. Indikator Gaya Hidup**

Psikologi menganalisis dan mengkategorikan gaya hidup konsumen, menurut Sumarwan (2013:58). Segmentasi pasar dan pengukuran kuantitatif biasanya diperoleh melalui analisis psikografis.

Psikografi juga dapat merujuk pada jenis penelitian di mana klien mengumpulkan informasi tentang aktivitas, pekerjaan, dan aspek lain dari kehidupan mereka. Psikografi mengukur demografi, gaya hidup, dan kepribadian klien, dan "psikologis" berarti gambaran psikologis klien. Seperti yang dinyatakan oleh Schiffmann dan Kanuk (2015:12), psikografis, juga dikenal sebagai analisis gaya hidup atau penelitian AIO, berfokus pada aspek kepribadian pelanggan seperti minat, minat, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai

yang mereka anut. Kegiatan, minat, dan pendapat pelanggan adalah ukuran AIO.

Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:12), indikator gaya hidup terdiri dari tiga komponen:

1. Kegiatan (kegiatan), termasuk aktivitas konsumen, barang dan jasa yang mereka beli atau gunakan, dan aktivitas yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Minat, atau minat, adalah apa yang disukai, disukai, dan diprioritaskan konsumen.
3. Pendapat: pendapat konsumen tentang masalah moral, ekonomi, sosial, internasional, dan lokal.

#### **2.1.4. Pengendalian Diri**

Pengendalian diri adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol tingkah lakunya ketika mereka tidak memiliki kontrol atas lingkungannya (Schiffmann dan Kanuk, 2015:15). Menurut Roberts dan Chris (2012:27) seseorang harus mampu mengendalikan diri jika mereka harus memilih untuk menyimpan uang atau menghamburkannya. Terdapat tiga komponen pengendalian diri yaitu: pengawasan, penurunan ego, dan tujuan konflik. Kontrol diri dapat membantu dalam hal keuangan dengan mendorong penghematan (tujuan yang menguntungkan) dan menghindari pembelian impulsif (tujuan kesenangan semata).

Cara seseorang mengendalikan diri atau mengendalikan perilaku mereka dikenal sebagai perilaku pengendalian diri. Perilaku pengendalian diri yang baik dapat membantu orang menghindari perilaku konsumtif karena mereka dapat mengontrol perilaku kognitif (proses berfikir) dan membuat keputusan mereka sendiri. Contoh orang yang baik dalam mengendalikan diri dan bijak dalam mengambil keputusan dapat menemukan berbagai macam promosi menarik saat mereka mengonsumsi, contoh lain promosi seperti "beli 1 dapat 1", cashback, dan tawaran menarik lainnya adalah beberapa contohnya. Dengan memilih promosi yang tepat, seseorang dapat memenuhi kebutuhannya dan tetap tidak konsumtif.

Penulis dapat membuat kesimpulan berdasarkan beberapa pendapat para ahli bahwa pengendalian diri merupakan hal yang difikirkan matang-matang oleh seseorang sebelum memutuskan untuk berperilaku. Orang yang memiliki kontrol diri yang baik akan lebih cenderung mengontrol bagaimana mereka membelanjakan uang mereka dan dapat mengelola uang mereka dengan lebih baik, yang memungkinkan mereka untuk terhindar dari perilaku konsumtif.

#### **2.1.4.1. Indikator Pengendalian Diri**

Menurut Mowen (2012:24) indikator yang dapat digunakan untuk menjelaskan indikator dari pengendalian diri yaitu:

## 1. Kontrol perilaku (behavior control)

Kontrol perilaku merupakan kemampuan seseorang untuk mengatur, mengelola, dan mengendalikan tindakan serta respons mereka terhadap lingkungan dan situasi yang dihadapi. Ini mencakup kemampuan untuk memilih tindakan yang tepat, mengatur emosi, menahan impuls, dan menyesuaikan perilaku sesuai dengan norma sosial dan nilai pribadi. Kontrol perilaku juga melibatkan kemampuan untuk mengelola konflik internal dan eksternal serta mengadaptasi diri terhadap perubahan situasi dengan cara yang efektif dan responsif. Kemampuan mengontrol perilaku dibagi menjadi dua komponen, yaitu:

- a. Pengaturan pelaksanaan ialah kemampuan seseorang untuk menentukan siapa yang bertanggung jawab atas situasi. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku.
- b. Kemampuan untuk mengubah stimulus rangsang juga disebut sebagai kemampuan untuk mengubah stimulus rangsang atau mengubah keadaan yang tidak diinginkan.

## 2. Kontrol kognitif (cognitive control)

Merupakan usaha untuk melakukan penilaian terhadap sesuatu berarti bahwa seseorang telah berusaha memberikan penilaian atau menafsirkan keadaan dengan

mempertimbangkan sisi baiknya. Dengan menggunakan kerangka kognitif atau kerangka konseptual mereka untuk mengurangi tekanan, mereka dapat mengendalikan informasi yang tidak dikehendaki.

a. Kontrol keputusan (decisional control)

Seseorang memiliki kendali atas keputusan jika mereka diberi kesempatan, kebebasan, atau kesempatan untuk memilih antara berbagai pilihan.

Menurut pendekatan ini, seseorang dapat dengan sistematis belajar merelaksasi ototnya sesuai keinginan mereka.

#### **2.1.5. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merujuk pada semua aktivitas yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam upaya membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ini mencakup segala aspek dari proses pengambilan keputusan konsumen, mulai dari menyadari kebutuhan atau keinginan, mencari informasi, mengevaluasi pilihan, hingga akhirnya melakukan pembelian dan mengevaluasi pengalaman setelahnya.

Perilaku konsumen juga melibatkan faktor-faktor seperti preferensi pribadi, nilai-nilai, norma sosial, kondisi ekonomi, serta pengaruh dari iklan dan komunikasi pemasaran. Memahami perilaku konsumen penting bagi perusahaan untuk merancang dan menentukan strategi pemasaran yang

efektif dan menghadirkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik.

Kotler (2009 : 166) menganggap perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana pengalaman, barang, jasa, atau gagasan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Di sisi lain, Engel, Blackwell, dan Miniard (1994 : 3) menganggap perilaku konsumen sebagai semua tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses mendahului.

Swastha dan Handoko (2000: 10) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan seseorang yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Ini termasuk proses pengambilan keputusan tentang persiapan dan penentuan tindakan. Kotler (1997: 153) mengatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Namun, Sunarto (2004: 97) berpendapat bahwa faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sangat berpengaruh pada perilaku pembelian konsumen.

#### 1. Faktor budaya

Selain itu, budaya dapat didefinisikan sebagai kumpulan kepercayaan, nilai-nilai, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

Menurut Schiffman & Kanuk (2008: 358), budaya juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari oleh pelanggan tertentu, yang berdampak pada perilaku mereka.

## 2. Faktor sosial

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, peran sosial, dan status memengaruhi perilaku pembelian. Menurut Assel (dalam Sutisna, 2002:176), kelompok referensi adalah kelompok orang yang memberikan referensi untuk membangun sikap, keyakinan, dan tindakan mereka.

## 3. Faktor pribadi

Faktor-faktor individu termasuk kepribadian dan keyakinan pembeli tentang dirinya sendiri, gaya hidup dan nilainya, pekerjaan dan kondisi finansial mereka, dan usia dan tahap siklus hidup mereka. Barang dan jasa yang dibeli seseorang dapat berubah selama mereka hidup. Preferensi seseorang terhadap makanan, pakaian, dan rekreasi seringkali dikaitkan dengan usia mereka.

## 4. Faktor psikologis

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh empat elemen psikologis utama: pendirian, motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Ensiklopedi Amerika menyatakan bahwa motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok

pertentangan) seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi mencakup aspek kebutuhan biologis dan emosional yang dapat diprediksi melalui pengamatan tingkah laku manusia (Setiadi, 2008: 94). Emosi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, biasanya untuk mencapai suatu tujuan, disebut motivasi konsumen.

#### **2.1.6. Perilaku Konsumtif**

Karena fakta bahwa mereka adalah makhluk sosial, manusia cenderung hidup secara berkelompok dan bermasyarakat. Dalam interaksi yang kompleks dan sistematis, kehadiran dan kontribusi orang lain memastikan bahwa kebutuhan manusia dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat ketergantungan individu dalam masyarakat bervariasi.

Perilaku seseorang didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang mereka lakukan. Pada dasarnya, tingkah laku manusia adalah tindakan yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Perilaku terdiri dari tindakan yang dapat diamati, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perilaku terjadi ketika seseorang merespons stimulus. Di sini, "perilaku konsumen" mengacu pada cara seseorang membeli barang berdasarkan keinginan pribadi daripada kebutuhan dasar.

Konsumen bertindak berdasarkan gengsi daripada kebutuhan saat membeli barang dan jasa. Pak Veblen membahas perilaku konsumen dan keinginan masyarakat untuk berbelanja dalam bukunya Teori Kelas

Liburan."Menurut Veblen, "seiring dengan semakin meluasnya penyebaran informasi, konsumsi barang berharga secara mencolok di pasar sering kali menjadi sarana untuk meningkatkan reputasi negara, menurut Deliarov (2015: 147) Penggunaan waktu luang menjadi sinonim dengan aktivitas waktu luang, kesenangan, hedonisme, dan bahkan belanja setelah merayu dan menstimulasi hobi dan selera pelanggan. Untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok, konsumen membelanjakan lebih banyak uang daripada nilai produksinya. Dalam hal ini, Veblen melihatnya sebagai tindakan yang dimotivasi oleh kesenangan (leisure), yang mendorong orang untuk bersaing membeli barang mewah untuk dipamerkan, terlepas dari apakah barang tersebut bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari Darianov (2015).

Teori Maslow, juga dikenal sebagai "hierarki kebutuhan manusia", mengatur lima kebutuhan manusia berdasarkan relevansinya, menurut Maslow dalam Sumarwan (2015: 26). Orang selalu berusaha memenuhi kebutuhannya yang paling rendah sebelum memenuhi kebutuhannya yang paling tinggi.Tingkat keinginan tertinggi adalah keinginan seseorang untuk menjadi orang yang paling baik sesuai dengan potensi dan kemampuannya.Kebutuhan aktualisasi diri didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk mempelajari, memahami, dan membentuk prinsip-prinsip mereka dengan cara yang dapat mempengaruhi orang lain.Keinginan pelanggan untuk aktualisasi diri adalah ekspresi diri yang diungkapkan

Veblen. Konsumen mencari barang mewah yang sangat mahal selama proses aktualisasi diri ini. tidak peduli apakah itu bermanfaat atau tidak dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat membeli barang mahal tidak berasal dari barang itu sendiri, tetapi dari efeknya pada orang lain dan pada diri mereka sendiri. Semakin mahal harga produk yang dibeli, semakin nyaman konsumen. Konsumsi suatu barang pameran bukanlah faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen, tetapi bagaimana barang tersebut berdampak pada orang lain.

Konsumen membeli barang karena keinginan daripada kebutuhan; jika terlalu banyak dilakukan, uang akan terbuang sia-sia. "Konsumtif" adalah istilah yang mengacu pada penggunaan barang dan jasa yang berlebihan dan boros. Mimpi mengendalikan gaya hidup manusia.

Perilaku konsumtif menurut Setiaji (2013:26), ialah kecenderungan seseorang untuk membeli sejumlah besar barang tanpa merencanakannya sebelumnya. Akibatnya, orang-orang ini menghabiskan uang secara impulsif dan tanpa pertimbangan logis untuk membeli barang-barang yang mereka pikir menunjukkan status atau keistimewaan mereka.

Dengan gaya hidup konsumtif yang mendominasi kehidupan manusia, sulit untuk membedakan antara apa yang dibutuhkan manusia dan apa yang mereka inginkan. Namun, karena kelemahan manusia, tidak semua keinginan harus dipenuhi. Berdasarkan penjelasan fenomena di atas,

penelitian tentang perilaku konsumtif pengguna elektronik uang menjadi menarik karena diharapkan perilaku pengendalian diri dapat mengatasi perilaku konsumtif pengguna elektronik uang karena gaya hidup dapat mempengaruhi tingkat konsumsi mereka.

Dari berbagai sudut pandang, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli sejumlah besar barang atau jasa tanpa mempertimbangkan alasan apa pun. Ini dapat menyebabkan pemborosan uang, fokus pada kesenangan daripada kebutuhan, dan kecemasan dan ketidakamanan psikologis.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Enrico et al. (2014) menunjukkan beberapa variabel yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

1. Status sosial,
2. Kepuasan terhadap produk,
3. Waktu kegunaan barang dan kemampuan untuk membeli, dan Gengsi.

Dampak dari tindakan konsumen dapat sangat berbeda. Membeli barang baru dapat memberikan kepuasan sementara, tetapi efek negatifnya juga dapat terjadi. Bisa menyebabkan masalah keuangan, stres, atau bahkan kecanduan belanja, yang dapat mengganggu kehidupan sehari-hari (Ernawati, 2011).

Membeli sesuatu secara impulsif tidak selalu berarti konsumtif. Saat-saat tertentu, orang hanya ingin membeli sesuatu yang diinginkan untuk memanjakan diri atau merayakan pencapaian mereka. Namun, perilaku ini yang berulang kali dianggap konsumtif dan merugikan.

Untuk menyelesaikan masalahnya, kenali perilaku konsumtif anda atau orang lain. Pendidikan keuangan dan pengelolaan anggaran yang baik dapat membantu orang mengontrol perilaku konsumtif mereka dan menemukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Ciri ciri perilaku konsumtif pada remaja menurut penelitian (Lestarina et al,2017) yaitu:

1. Tawaran atau rayuan dari penjual cenderung mempengaruhi remaja.
2. Iklan, terutama yang memiliki kemasan atau sampul produk yang menarik, dapat dengan mudah mempengaruhi remaja.
3. Remaja seringkali tidak memiliki kecenderungan untuk berpikir secara hemat.
4. Remaja cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang didorong oleh keinginan mereka daripada kebutuhan yang sebenarnya karena kecenderungan mereka untuk terbujuk dan tidak memiliki pemikiran realistis. Mereka sering menghabiskan uang tanpa mempertimbangkan apa yang mereka butuhkan.

#### 2.1.6.1. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Setiaji (2013:26), didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan atau tidak diperlukan.

Beberapa indikator perilaku konsumtif termasuk:

##### 1. Aspek motif

merangkum dorongan irasional, ikut-ikutan, dan uji coba. perilaku manusia karena membantu menjelaskan mengapa individu melakukan apa yang mereka lakukan, serta memberikan dasar untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam konteks pemasaran, pendidikan, atau intervensi sosial lainnya.

##### 2. Aspek Kemutakhiran Mode

mencakup berbagai barang atau jasa yang populer dan disukai oleh banyak orang, sehingga orang cenderung menganggap dirinya prestisius ketika mereka membeli barang dengan merek tertentu, yang dianggap *fashionable*.

##### 3. Aspek *Inferiority Complex*

berkaitan dengan masalah seperti gengsi, kurang percaya diri, dan harga diri yang rendah

Mowen (2012:24) mengemukakan pendapat yang berbeda bahwa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif termasuk:

##### 1. Naiknya pendapatan

Pertumbuhan pusat perbelanjaan, penggunaan berbagai sistem belanja seperti kartu kredit, iklan yang luas, dan belanja di rumah adalah beberapa contoh perubahan pola konsumsi masyarakat yang disebabkan oleh peningkatan pendapatan.

## 2. Prestise Gaya hidup

Gaya hidup konsumtif melibatkan penggunaan jenis produk, merek dagang, dan tren mode tertentu untuk menunjukkan penghargaan.

## 3. Westernisasi

Gagasan bahwa gaya hidup Barat adalah cara hidup yang benar disebut "westernisasi".

## 4. Pendidikan yang rendah

Mereka yang tidak menerima pendidikan akan memiliki cara berpikir, perspektif, dan sudut pandang yang berbeda. Anggapan bahwa barang adalah simbol akan kekayaan atau modern juga berasal dari kehidupan sosial dan pendidikan yang buruk.

Sedangkan menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:12) menjelaskan bahwa indikator dari perilaku konsumtif yakni:

### 1. Pembelian yang bersifat impulsive.

Dengan kata lain, pembelian yang dilakukan tidak dipikirkan sebelumnya yang menyebabkan sulit untuk menahan keinginan untuk membeli.

2. Pembelian yang rasional.

Yaitu pembelian yang dilakukan tanpa perlu menggunakan pemikiran.

3. Pembelian yang bersifat pemborosan.

Yaitu perilaku membeli barang atau jasa yang sifatnya hanya menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

Menurut Sumartono, (2012:119) indikator dari perilaku konsumtif yaitu:

- a. Membeli suatu produk hanya karena adanya iming-iming hadiah, membeli sesuatu karena mereka percaya bahwa jika mereka membeli barang tersebut mereka akan mendapatkan hadiah.
- b. Membeli sesuatu karena tampak menarik. Sangat mudah bagi konsumen untuk terpicat untuk membeli barang-barang yang memiliki bungkus rapi dan dihiasi dengan warna yang menarik; dengan kata lain, alasan utama untuk membeli barang-barang tersebut adalah karena mereka dibungkus dengan rapi dan menarik.
- c. Membeli barang untuk mempertahankan penampilan dan gengsi karena pelanggan biasanya memiliki gaya pakaian, berdandan, dan gaya rambut yang berbeda.

d. Tentukan harga barang daripada kegunaannya saat membeli.

Konsumen cenderung berperilaku dengan cara yang ditunjukkan oleh kehidupan yang bersifat mewah, yang berarti mereka menggunakan segala hal yang dianggap mewah.

e. Pertahankan simbol status saat membeli sesuatu. Konsumen memiliki kemampuan untuk membeli barang-barang mewah dalam berbagai aspek, seperti pakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya, sehingga barang-barang mewah dapat memberi kesan bahwa mereka berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

f. Menggunakan produk karena terkait dengan model yang diiklankan, cenderung meniru tindakan karakter idolanya dengan menggunakan apa pun yang dapat digunakan oleh karakter idolanya.

g. Penilaian bahwa membeli barang mahal akan meningkatkan kepercayaan diri, pelanggan sangat termotivasi untuk mencoba produk tertentu karena mereka percaya bahwa iklan dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

h. Mencoba beberapa produk dari kategori yang sama atau dengan merek yang berbeda. Meskipun barang tersebut belum habis digunakan, konsumen biasanya menggunakan barang dengan merek yang sama sebelum menggunakannya.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen telah dibahas secara rinci. Penelitian ini menggunakan hasil penelitian sebelumnya sebagai referensi dan membandingkan berbagai kebutuhan untuk mendorong perilaku konsumen yang sesuai dengan pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulisty Seti Utami (2017), "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Money", minat mahasiswa STIE Ahamad Dahalan terhadap E-Money kecilnya kegunaan e-money tidak mempengaruhi mahasiswa menggunakan e-money karena kegunaan e-money sama dengan uang cash/uang tunai (fungsinya sama)

Penelitian yang dilakukan oleh Pyhta Rahima dan Irwan Cahyadi pada tahun 2016 dengan judul "Pengaruh fitur ShopeePayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram menemukan bahwa tidak ada korelasi antara pengaruh fitur ShopeePayLater terhadap perilaku konsumtif siswa."

Penelitian yang dilakukan oleh Nurti Dewi dan Rusdarti pada tahun 2018 yang berjudul "Pengaruh gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional terhadap Perilaku keuangan Mahasiswa, gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan siswa." Kecerdasan emosional adalah komponen yang paling signifikan dan kuat dalam mempengaruhi perilaku keuangan siswa.

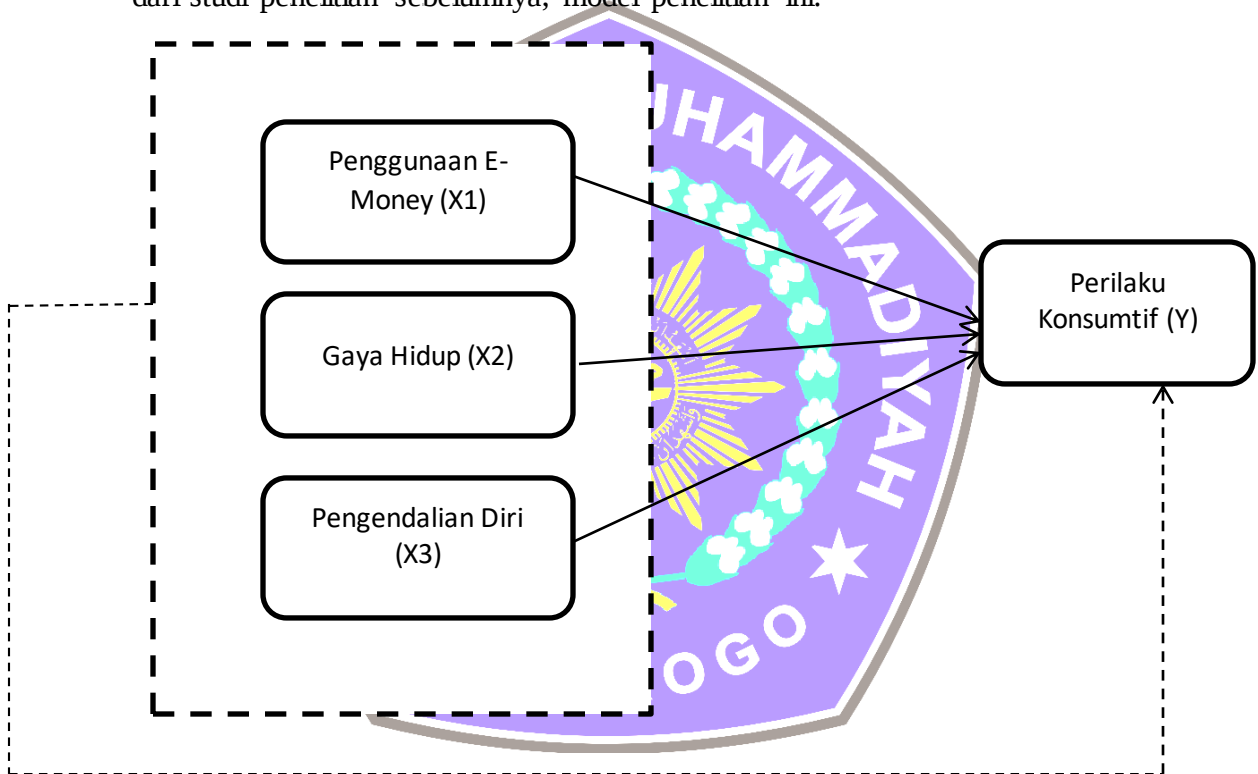
Penelitian yang dilakukan oleh Theodorus Mawo dan Partono Thomas (2017) dengan judul "Pengaruh literasi keuangan, konsep diri, dan budaya Terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kota Bajawa", literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, konsep diri, dan budaya berpengaruh positif dan signifikan

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Wahidah, Herkulana, dan Achmadi (2013) dengan judul "pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan" menemukan bahwa ada hubungan antara perilaku konsumtif dan gaya hidup siswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Dikria dan W (2016), "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, pengendalian diri tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil yang tidak signifikan ini disebabkan oleh fakta bahwa siswa STIE Surakarta mampu mengendalikan diri, tetapi mereka tetap berperilaku konsumtif karena pengaruh dari luar, seperti promosi dan penjualan yang menggairkan, teman-teman yang membuat mereka tersenyum, dan tren saat ini.

### 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

Penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Kerangka konsep penelitian berfungsi sebagai landasan berpikir dan menggambarkan hubungan antara konsep-konsep tersebut. Sebagaimana hasil dari studi penelitian sebelumnya, model penelitian ini:



**Gambar 1 : Kerangka Konseptual**

Keterangan :

—————> : pengaruh secara parsial

- - - - -> : pengaruh secara simultan

## 2.4. Hipotesis

Hipotesis, menurut Sugiyono (2019), dapat didefinisikan sebagai solusi sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Ini didasarkan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian adalah:

1. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ho<sub>1</sub>: “Diduga penggunaan uang elektronik secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

Ha<sub>1</sub>: “Diduga penggunaan uang elektronik secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ho<sub>2</sub>: “Diduga Gaya Hidup secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

Ha<sub>2</sub>: “Diduga Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

3. Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ho<sub>3</sub>: “Diduga Gaya Hidup secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ha<sub>3</sub>: “Diduga Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.”

4. Pengaruh penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.”

Ho<sub>4</sub>: “Diduga pengaruh penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

Ha<sub>4</sub>: “Diduga pengaruh penggunaan *e-money*, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan batas-batas dari topik penelitian. Ini dapat berupa batas jumlah subjek atau masalah yang akan diteliti, variabel yang akan diteliti, atau materi yang akan dibahas. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup, pengendalian diri, dan penggunaan uang elektronik memengaruhi perilaku konsumtif siswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

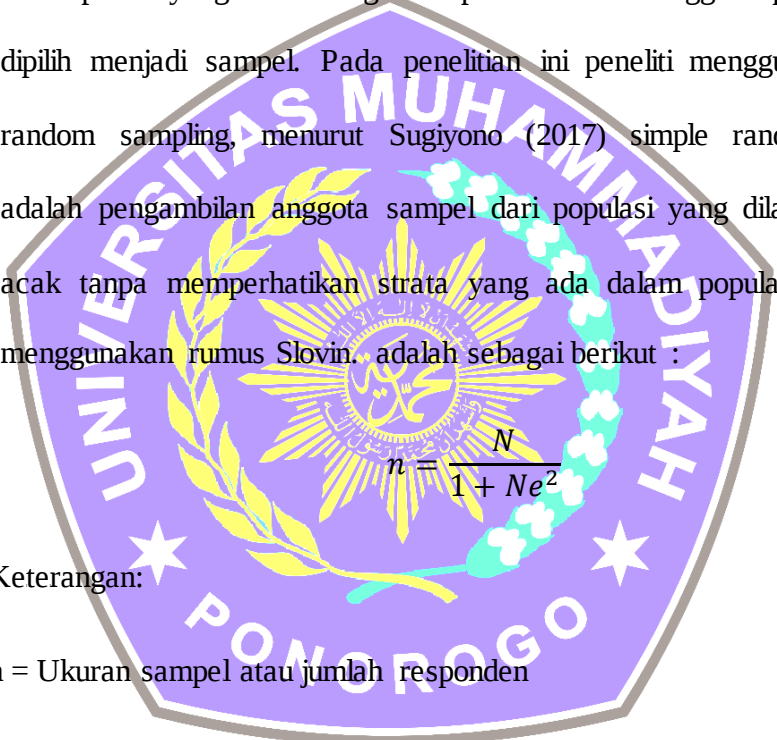
##### **3.2.1. Populasi**

Handayani (2020) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari setiap komponen yang akan diteliti yang memiliki karakteristik yang sama. Ini dapat berupa individu, kelompok, peristiwa, atau apa pun yang akan diteliti. Populasi penelitian ini sebanyak 11.257 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018), sampel yaitu sebagian dari karakteristik dan jumlah populasi. Oleh karena itu, informasi yang diperoleh dari

sampel harus benar-benar mewakili populasi, jadi metode pemilihan sampel yang tepat diperlukan untuk sampel yang benar-benar mewakili karakteristik populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simple random sampling, menurut Sugiyono (2017) simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, dengan menggunakan rumus Slovin, adalah sebagai berikut :


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

Keterangan:

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian

Kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir,  $e=0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Sehingga perhitungan penentuan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{11257}{1 + (11257 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{11257}{1 + (11257 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{11257}{1 + 112,57}$$

$$n = \frac{11257}{113,57}$$

$$n = 99,11 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

### 3.3. Metode Pengambilan Data

#### 3.3.1. Data Primer

Data primer berasal dari kuisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data langsung. Tanggapan responden terhadap tiga faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo adalah gaya hidup, pengendalian diri, dan penggunaan uang elektronik. Kuisioner didefinisikan sebagai metode pengumpulan data di mana responden diberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2013).

### 3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber pustaka, seperti buku, skripsi, jurnal, dan dokumen lainnya yang terkait dengan topik penelitian. Data primer telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh baik pengumpul data primer maupun pihak lain.

### 3.4. Definisi Operasional Variabel

Peneliti menggunakan variabel bebas untuk mempelajari sifat, sifat, atau nilai orang, objek, atau kegiatan yang mengalami variasi tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel bebas berdampak pada variabel terikat. Variabel-variabel berikut digunakan dalam penelitian ini:

#### 3.4.1. Penggunaan Uang Elektronik ( X1)

Uang elektronik, juga dikenal sebagai "uang elektronik", adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen penerbit atau dengan menerbitkan rekening bank. "Uang elektronik" adalah produk yang memiliki nilai tersimpan (stored value) atau prabayar (prepaid) dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang", menurut Ramadani (2016).

Karakteristik Uang Elektronik (*E-Money*) secara umum fitur *e-money* memiliki beberapa karakteristik diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Nilai uang telah disimpan dalam instrumen *e-money*, juga dikenal sebagai nilai penyimpanan, yang akan berkurang saat konsumen melakukan pembayaran.
2. Konsumen memiliki kontrol total atas dana elektronik yang tercatat.
3. Pada saat transaksi, dana dalam bentuk nilai elektronik dapat ditransfer dari terminal merchant ke rekening konsumen secara offline.

#### 3.4.2. Gaya Hidup ( X2 )

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), hal-hal penting yang mereka pikirkan tentang lingkungannya (minat), dan cara mereka melihat diri mereka sendiri dan lingkungannya secara keseluruhan, kata Assael (2013:24).

Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:12), indikator gaya hidup terdiri dari tiga komponen:

1. Kegiatan, termasuk aktivitas konsumen, barang dan jasa yang mereka beli atau gunakan, dan aktivitas yang dilakukan dalam rangka mengisi waktu senggang.
2. Minat, yaitu apa yang disukai, tidak disukai, dan menjadi prioritas utama dalam hidup konsumen.
3. Pendapat, yaitu pandangan dan perasaan konsumen tentang masalah moral, ekonomi, sosial, global, dan lokal.

### 3.4.3. Pengendalian Diri ( X3 )

Pengendalian diri didefinisikan oleh Schiffmann dan Kanuk (2015:15) sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan tingkah lakunya dalam situasi di mana mereka tidak memiliki kontrol atas lingkungannya.

Menurut Mowen (2012:24), indikator pengendalian diri terdiri dari:

#### 1. Kontrol perilaku (behavior control)

Perilaku didefinisikan sebagai kesiapan untuk memberikan respons yang dapat memberikan pengaruh terhadap sesuatu yang tidak menyenangkan secara langsung.

#### 2. Kontrol kognitif (cognitive control)

Melakukan penilaian terhadap sesuatu berarti melakukan upaya untuk menilai atau menafsirkan situasi dengan mempertimbangkan aspek positifnya. Mereka dapat mengontrol informasi yang tidak dikehendaki dengan mengurangi tekanan dengan menggunakan kerangka kognitif mereka.

#### 3. Kontrol keputusan (decisional control)

Jika seseorang memiliki kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan untuk memilih antara berbagai pilihan tindakan, mereka memiliki kontrol keputusan.

#### 3.4.4 Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif menurut Setiaji (2013:26), didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan atau tidak diperlukan.

Menurut Setiaji (2013:26), beberapa indikator perilaku konsumtif termasuk:



1. Aspek motif

Merangkum dorongan irasional, ikut-ikutan, dan uji coba. Pada awalnya, dorongan konsumen untuk memilih di antara banyak jenis dan jenis produk dipengaruhi oleh kualitas produk yang dinilai paling baik atau harganya yang cukup murah.

2. Aspek Kemutakhiran Mode

Meliputi berbagai produk atau jasa populer dan disukai oleh banyak konsumen, sehingga konsumen lebih cenderung menganggap dirinya prestisius ketika mereka membeli barang dengan merek tertentu, yang dinilai fashionable.

3. Aspek Inferiority Complex

Berkaitan dengan hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan diri seperti, kurang percaya diri, dan harga diri yang rendah. Konsumen yang ragu terhadap dirinya sendiri akan membeli barang untuk menunjukkan status pribadi mereka.

### **3.5. Metode Analisis Data**

#### **3.5.1. Analisis Kuantitatif**

Untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, metode kuantitatif yang berasal dari positivisme digunakan. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara kebetulan, dan data yang dikumpulkan diproses secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2015).

#### **3.5.2. Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen (terikat), yaitu perilaku konsumtif, dipengaruhi oleh variabel independen (bebas), yaitu penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri. Pengaruh masing-masing variabel independen ditentukan dengan menggunakan uji t (pengaruh parsial) dan F (pengaruh simultan atau bersama-sama).

#### **3.5.3. Uji Instrumen Penelitian**

##### **A. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas suatu kuisioner. Itu valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur; sebaliknya, alat ukur yang tidak dapat diandalkan memiliki validitas yang rendah (Ghozali, 2005).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka kuisioner valid
- Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka kuisioner tidak valid

## B. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2003), reliabilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran dalam mengukur nilai yang sama. Dalam studi ini, instrumen penelitian dianggap reliabel jika memiliki nilai Alpha Crombach lebih dari 0,60. Jika nilainya kurang dari 0,60, instrumen penelitian dianggap tidak reliabel (Ghozali, 2005).

### 3.5.4. Alat Analisa

#### A. Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi berganda dirumuskan sebagai berikut: "Analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen", menurut Sugiyono (2016).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  : Koefisien Regresi Variabel

$X_1$  : Variabel Penggunaan E-Money

- X2 : Variabel Gaya Hidup
- X3 : Variabel Pengendalian Diri
- e : Variabel Penganggu/ Standart Error

### **B. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Pada tahun 2005, Ghazali menyatakan bahwa Koefisien determinan ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, seperti yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen."

### **3.5.5. Pengujian Hipotesis**

#### **A. Uji Hipotesis Parsial ( Uji T)**

Seperti yang dinyatakan oleh Ghazali (2011), uji statistic umumnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak, yang berarti bahwa pengujian hipotesis statistik secara parsial diperlukan. menggambarkan hasil uji parsial ini dalam dua situasi: satu di mana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t$  tabel dan dianggap signifikan karena pengaruh

antara variabel bebas dan variabel terikat; yang lain di mana  $t_{hitung}$  lebih rendah dari  $t_{tabel}$  dan dianggap tidak signifikan. Membandingkan nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  dengan taraf signifikansi 0,05 adalah cara untuk mengetahui apakah ini benar. Ini adalah prosedur yang digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi:

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0,05 maka hipotesis ( $H_a$ ) diterima dan ( $H_o$ ) ditolak.
- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0,05 maka hipotesis ( $H_a$ ) ditolak dan ( $H_o$ ) diterima.

#### **B. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Umumnya statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen jika dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, kata Ghazali (2011). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), uji serempak digunakan. Itu juga mengukur ketepatan fungsi regresi sampel saat menaksir nilai aktual. Digunakan nilai rata-rata 0,05, yang berarti lima persen. Jika nilai signifikan F kurang dari 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat mempengaruhi satu sama lain atau sebaliknya. Berikut adalah persyaratan untuk tes simultan:

- Jika nilai  $f$  hitung  $>$  nilai  $f$  tabel, maka  $(H_0)$  ditolak dan  $(H_a)$  akan diterima.
- Jika nilai  $f$  hitung  $<$  nilai  $f$  tabel, maka  $(H_0)$  diterima dan  $(H_a)$  akan ditolak.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Deskripsi Objek Penelitian**

Didirikan pada 1 Februari 1968 oleh KH. Syamsuddin dan KH. Chozin Dawoedy, Akademi Syari'ah Abdul Wahhab (ASA) adalah dasar dari IAIN Ponorogo. Pada 12 Mei 1970, sekolah ini dinegerikan menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel di bawah pimpinan R.M.H. Aboe Amar Syamsuddin. Fakultas ini memiliki program pascasarjana. Ia kemudian berkembang lagi dengan membuka Jurusan Qodlo' dan Muamalah Jinayah pada tahun 1985–1986.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri dibuat karena permintaan untuk pengembangan dan struktur perguruan tinggi. Sejak saat itu, fakultas IAIN di luar kampus induk berganti nama menjadi STAIN. Fakultas-fakultas ini tidak lagi tergabung dalam IAIN Sunan Ampel Surabaya. STAIN adalah unit organik independen di Departemen Agama (sekarang Kementerian Agama), dipimpin oleh Ketua yang bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama bertanggung jawab secara fungsional atas pembinaan STAIN.

Upacara yang dipimpin oleh Menteri Agama RI di Jakarta menandai peresmian alih status tersebut. Setelah upacara peresmian, rektor IAIN dan ketua STAIN secara otomatis berpisah. Mulai tahun akademik 1997-1998, STAIN secara mandiri mengelola administrasi, pendidikan, dan keuangan.

Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo berstatus sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. STAIN Ponorogo berdiri pada 21 Maret 1997 M, bertepatan dengan 12 Dzulqaidah 1417 H, dan dengan perubahan status menjadi tiga jurusan: Syari'ah, Tarbiyah, dan Ushuluddin.

STAIN Ponorogo diubah menjadi IAIN Ponorogo pada tahun 2016 sesuai dengan Perpres 75 tahun 2016. Dengan mengubah status ini, perguruan tinggi dapat memberikan pendidikan profesional dan akademik dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan, teknologi, atau kesenian.

Selain menambah jumlah siswa, program studi di IAIN Ponorogo juga meningkat dari segi kualitas. Program studi lama dan baru telah diakreditasi pada tahun 2015, setelah dua tahun berlalu. Lima program lama dan lima program baru menerima akreditasi B, masing-masing. "Pada tahun 2016, institusi, yang sebelumnya bernama STAIN Ponorogo, mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT sesuai SK Nomor: 1146/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2016," "BAN-PT melakukan pemantauan karena status STAIN Ponorogo telah dialihkan ke IAIN Ponorogo." Dengan demikian, IAIN Ponorogo kembali diakreditasi dengan predikat B.

## 4.2. Gambaran Umum Responden

### 4.2.1. Profil Responden

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia          | Frekuensi  | Presentase    |
|---------------|------------|---------------|
| 19-30tahun    | 100        | 100,0%        |
| >31tahun      | 0          | 0%            |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b> | <b>100,0%</b> |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 1 menunjukkan bahwa Dari 100 responden, sebagian besar berusia antara 19 dan 30 tahun, tidak ada yang berusia 31 tahun ke atas. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna E-Money dalam penelitian ini adalah remaja dan dewasa dalam rentang usia 19 hingga 30 tahun. Oleh karena itu, mayoritas perilaku konsumtif ditunjukkan oleh orang-orang dalam rentang usia ini.

#### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis kelamin | Frekuensi  | Persentase    |
|---------------|------------|---------------|
| Laki-laki     | 34         | 34,0%         |
| Perempuan     | 66         | 66,0%         |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b> | <b>100,0%</b> |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 34 (34,0%) adalah laki-laki dan 66 (66,0%) adalah perempuan. Jumlah responden perempuan lebih besar dari pada laki-laki dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna uang elektronik dalam sampel penelitian adalah perempuan.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

**Tabel 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

| Fakultas                           | Jumlah     | Persentase   |
|------------------------------------|------------|--------------|
| <b>Ekonomi dan Bisnis Islam</b>    | <b>44</b>  | <b>44,0%</b> |
| <b>Syariah</b>                     | <b>23</b>  | <b>23,0%</b> |
| <b>Tarbiyah dan Ilmu Keguruan</b>  | <b>20</b>  | <b>20,0%</b> |
| <b>Ushuluddin, Adab dan Dakwah</b> | <b>13</b>  | <b>13,0%</b> |
| <b>Jumlah</b>                      | <b>100</b> | <b>100%</b>  |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 100 responden, mayoritas mahasiswa berada di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 44 responden dari fakultas Syariah adalah 23%, 20 responden dari fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan adalah 20%, dan 13 responden dari fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah adalah 13%. Berdasarkan data ini, mayoritas mahasiswa berada di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

**Tabel 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Semester**

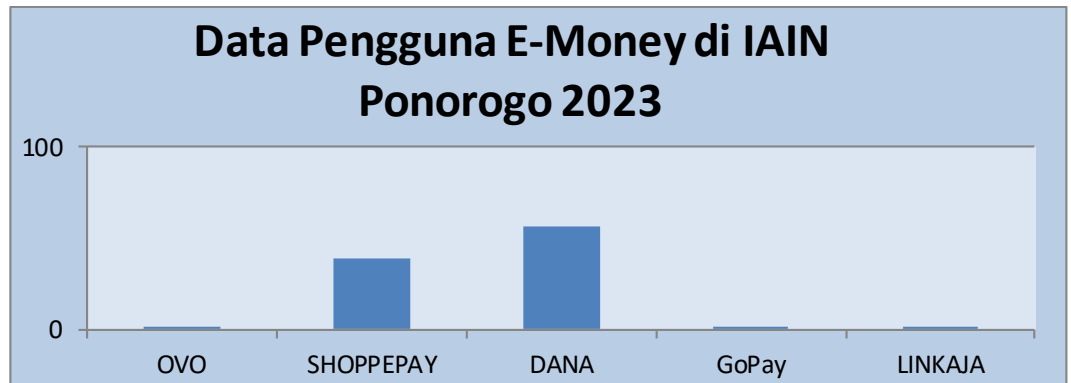
| Semester   | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| Semester 1 | 0      | 0%         |
| Semester 2 | 4      | 4,0%       |
| Semester 3 | 3      | 3,0%       |
| Semester 4 | 21     | 21,0%      |
| Semester 5 | 8      | 8,0%       |
| Semester 6 | 23     | 23,0%      |
| Semester 7 | 41     | 41,0%      |
| Jumlah     | 100    | 100%       |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 4 responden (4,0%) untuk semester 2, 3 responden (3,0%) untuk semester 3, 21 responden (21,0%) untuk semester 4, 8 responden (8,0%) untuk semester 5, 23 responden (23,0%) untuk semester 6, dan 41 responden (41,0%) untuk semester 7. Berdasarkan data di atas, mayoritas mahasiswa berada di semester 7

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Uang Elektronik

*Gambar 1 Data Pengguna E-Money di IAIN Ponorogo 2023*



**Tabel 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna E-money**

| Platform  | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------|------------|
| GoPay     | 2      | 2,0%       |
| OVO       | 1      | 1,0%       |
| DANA      | 57     | 57,0%      |
| LINKAJA   | 1      | 1,0%       |
| SHOPEEPAY | 39     | 39,0%      |
| Jumlah    | 100    | 100%       |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 2 responden (2,0%) menggunakan GoPay, 1 responden (1,0%) menggunakan OVO, 57 responden (57,0%) menggunakan DANA, 1 responden (1,0%) menggunakan LINKAJA, dan 39 responden (39,0%) menggunakan SHOPEEPAY. Dengan demikian, mayoritas siswa menggunakan platform DANA, sebanyak 57 responden (57,0%).

#### 4.3. Identifikasi Jawaban Responden

Dalam penelitian ini, responden menjawab pertanyaan mengenai penggunaan uang elektronik, gaya hidup, serta pengendalian diri yang berkaitan dengan perilaku konsumtif dari mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Tabel berikut menyajikan informasi tambahan:

**Tabel 6 : Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Uang**

| No | Pertanyaan                                                                                                               | Persentase |       |        |        |         |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------|--------|---------|
|    |                                                                                                                          | SS (5)     | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) |
| 1. | Menggunakan uang elektronik meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (tidak perlu membawa uang tunai) | 32%        | 65%   | 1%     | 0%     | 2%      |
| 2  | Uang elektronik sering menawarkan keuntungan tambahan (discount atau cashback) saat menyelesaikan transaksi              | 24%        | 73%   | 2%     | 0%     | 1%      |
| 3  | Menggunakan uang elektronik mempermudah transaksi pembayaran dan praktis tanpa menerima uang kembalian                   | 25%        | 73%   | 2%     | 0%     | 0%      |
| 4  | Menggunakan uang elektronik memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran                                   | 27%        | 66%   | 3%     | 2%     | 2%      |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 6 menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dapat dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik. Dengan pernyataan pertama memperoleh skros (SS) 32%, skros (S) 65%, skros kurang setuju (KS) 3%, skro (TS) 2%, dan skros (STS) 2%. pernyataan yang menunjukkan bahwa responden cenderung menggunakan e-money untuk melakukan transaksi pembayaran dengan lebih efisien (tidak perlu membawa uang tunai).

**Tabel 1 : Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup (X2)**

| No | Pertanyaan                                                                                              | Persentase |       |        |        |         |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------|--------|---------|
|    |                                                                                                         | SS (5)     | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) |
| 1. | Saya mengisi waktu luang bersama teman-teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffe shop, café atau mall | 6%         | 65%   | 20%    | 5%     | 4%      |
| 2  | Saya suka mengikuti trend fashion dan pendukung gayahidup terbaru lainnya                               | 7%         | 53%   | 32%    | 3%     | 5%      |
| 3  | Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (branded) dibandingkan produk tidak bermerk                  | 10%        | 52%   | 30%    | 3%     | 4%      |
| 4  | Menurut saya produk mahal bermerk (branded) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi               | 13%        | 47%   | 35%    | 5%     | 0%      |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 8 menunjukkan bagaimana gaya hidup dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Dengan pernyataan pertama memperoleh skor sangat setuju (SS) 13%, skor setuju (S) 65%, skor kurang setuju (KS) 35%, skor tidak setuju (TS) 5%, dan skor (STS) 5%. pernyataan yang menunjukkan bahwa responden mengisi waktu luang bersama teman-teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffee shop, café atau mall.

**Tabel 2 : Tanggapan Responden Terhadap Pengendalian Diri (X3)**

| No | Pertanyaan                                                                   | Persentase |       |        |        |         |
|----|------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------|--------|---------|
|    |                                                                              | SS (5)     | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) |
| 1. | Saya mampu mengontrol tindakan agar tidak membeli barang secara berlebihan   | 19%        | 68%   | 13%    | 0%     | 0%      |
| 2  | Saya mampu mengontrol tindakan agar dapat menghemat                          | 22%        | 60%   | 18%    | 0%     | 0%      |
| 3  | Saya mampu mengontrol diri agar tidak boros                                  | 18%        | 65%   | 17%    | 0%     | 0%      |
| 4  | Saya mampu mengontrol diri ketika terdapat banyak uang agar tidak berbelanja | 20%        | 61%   | 19%    | 0%     | 0%      |
| 5  | Saya mampu mengontrol diri ketika belanja karena terpengaruh orang lain      | 17%        | 69%   | 14%    | 0%     | 0%      |

Sumber : Data Diolah, 2024

Tabel 9 menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tidak dipengaruhi oleh pengendalian diri. Dengan pernyataan pertama memperoleh skors sangat setuju (SS) 22%, skors setuju (S) 69%, skors kurang setuju (KS) 19%, skors tidak setuju (TS) 0%, dan skors (STS) 0%. pernyataan yang menunjukkan bahwa responden mampu mengontrol diri ketika belanja karena terpengaruh orang lain.

**Tabel 3 : Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

| No | Pertanyaan                                                                                                | Persentase |       |        |        |         |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------|--------|---------|
|    |                                                                                                           | SS (5)     | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) |
| 1. | Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan <i>trendy</i>         | 6%         | 60%   | 29%    | 5%     | 0%      |
| 2  | Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis/influencer idola saya             | 9%         | 44%   | 34%    | 10%    | 3%      |
| 3  | Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal                                                        | 4%         | 50%   | 34%    | 10%    | 2%      |
| 4  | Saya melakukan pembelian demi menjaga penampilan tanpa memikirkan kebutuhan situs web yang sudah tersedia | 7%         | 44%   | 35%    | 12%    | 2%      |

Sumber : Data Diolah, 2024

Tabel 10 menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dapat dipengaruhi oleh variabel dependen. Dengan pernyataan pertama memperoleh skor sangat setuju (SS) 9%, skor setuju (S) 60%, skor kurang setuju (KS) 35%, skor tidak setuju (TS) 12%, dan skor (STS) 3%. pernyataan yang menunjukkan bahwa responden suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren , gaul dan *trendy*.

#### **4.4. Pengujian Instrumen Data**

##### **4.4.1. Uji Validitas**

Validitas kuesioner diuji melalui uji validitas. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataannya dapat mengungkapkan metrik yang dapat diukur di masa depan. Untuk menguji validitas penelitian ini, nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan DF atau Degree of Freedom =  $n - 2$ , di mana ( $n$ ) adalah jumlah responden dalam penelitian. Nilai DF dalam penelitian ini adalah 98 pada tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, dan nilai  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,196. Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4 : Hasil Uji Validitas**

| Variabel                        | Item | $R_{hitung}$ | $R_{tabel}$ | Keterangan |
|---------------------------------|------|--------------|-------------|------------|
| Penggunaan Uang Elektronik (X1) | X1.1 | 0,680        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X1.2 | 0,709        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X1.3 | 0,690        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X1.4 | 0,789        | 0,196       | VALID      |
| Gaya Hidup (X2)                 | X2.1 | 0,793        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X2.2 | 0,801        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X2.3 | 0,845        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X2.4 | 0,686        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X2.5 | 0,825        | 0,196       | VALID      |
| Pengendalian Diri (X3)          | X3.1 | 0,720        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X3.2 | 0,866        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X3.3 | 0,871        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X3.4 | 0,825        | 0,196       | VALID      |
|                                 | X3.5 | 0,791        | 0,196       | VALID      |
| Perilaku Konsumtif (Y)          | Y1.1 | 0,698        | 0,196       | VALID      |
|                                 | Y1.2 | 0,686        | 0,196       | VALID      |
|                                 | Y1.3 | 0,865        | 0,196       | VALID      |
|                                 | Y1.4 | 0,896        | 0,196       | VALID      |

Sumber : Data Diolah, 2024

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,196, dan masing-masing item memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari 0,196. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, pernyataan yang dibuat oleh kedua variabel bebas (Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri) dan variabel terikat (Perilaku Konsumtif) dianggap valid.

#### 4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran. Ini menunjukkan bahwa jika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih, hasilnya akan konsisten. Menurut Ghazali (2018), pernyataan atau pertanyaan dapat dilabelkan kembali jika nilai Cronbach alphanya lebih dari 0,60. Jika nilai Cronbach alphanya kurang dari 0,60, pernyataan tersebut dianggap tidak kredibel. Hasil dari uji reliabilitas, yang telah diolah dengan bantuan SPSS, ditunjukkan di sini.

**Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas**

| Variable                | Cronbach Alpha | Standart | Keterangan |
|-------------------------|----------------|----------|------------|
| Penggunaan E-Money (X1) | 0,60           | 0,674    | Reliabel   |
| Gaya Hidup (X2)         | 0,60           | 0,790    | Reliabel   |
| Pengendalian Diri ( X3) | 0,60           | 0,874    | Reliabel   |
| Perilaku Konsumtif ( Y) | 0,60           | 0,855    | Reliabel   |

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Tabel 12 menunjukkan empat variabel penelitian tiga variabel bebas: penggunaan e-money, gaya hidup, pengendalian diri, dan satu variabel terikat, perilaku konsumtif. Semua variabel menunjukan cronbach alpha lebih dari 0,60. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa jawaban responden sudah dapat dianggap konsisten untuk mengukur semua variabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

## 4.5. Analisis Data

### 4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu penggunaan e-money, gaya hidup dan pengendalian diri memengaruhi variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif.

**Tabel 6 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 6 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda



| Coefficients <sup>a</sup> |                                       |                             |            |                           |        |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
|                           |                                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
| Model                     |                                       | B                           | Std. Error | Beta                      | T      |
| 1                         | (Constant)                            | 9.271                       | 2.270      |                           | 4.084  |
|                           | Penggunaan Penggunaan uang elektronik | -.474                       | .106       | -.306                     | -4.465 |
|                           | Gaya Hidup                            | .783                        | .070       | .750                      | 11.180 |
|                           | Pengendalian Diri                     | .067                        | .077       | .060                      | .866   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif  
Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil data pada tabel 13, maka dapat dituliskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3$$

Berdasarkan model persamaan diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $a$ ) = 9.271

Jika variabel independen Penggunaan Uang elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri sama dengan 0 (nol), maka nilai konstanta sebesar 9.271 menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif bernilai 9,271.

2. Penggunaan Uang Elektronik ( $X_1$ ) = - 0,474

Artinya, jika variable penggunaan uang elektronik ( $X_1$ ) bertambah satu satuan tetapi variabelnya tetap, maka perilaku konsumtif akan bertambah sebesar -0,474 dan dengan asumsi bahwa semua variable bebas sama dengan 0.

3. Gaya Hidup ( $X_2$ ) = 0,783

Artinya, jika variable pengguna gaya hidup ( $X_2$ ) meningkat satu satuan tetapi variabelnya tetap, maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,783, dengan asumsi bahwa semua variable bebas lainnya sama dengan 0.

4. Pengendalian Diri ( $X_3$ ) = 0,067

Artinya, jika variable penggunaan pengendalian diri ( $X_3$ ) meningkat satu satuan tetapi variabelnya tetap, maka perilaku konsumtif akan meningkat 0,067, dan dengan asumsi semua variable bebas sama dengan 0.

#### 4.5.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Variabel terikat dipengaruhi oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel terikat menerima pengaruh yang signifikan dari variabel independen. Sebaliknya, ketika nilai  $R^2$  adalah 0, variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat sama sekali.

Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi untuk variabel penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif menggunakan SPSS:

**Tabel 7 : Koefisien determinasi**

##### **Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .766 <sup>a</sup> | .587     | .574              | 1.77771                    |

a. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Penggunaan E-Money

b. Dependent Variable: perilaku Konsumtif

*Sumber : Data Diolah, 2024*

Dalam tabel 14, hasil dari pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Penggunaan E-Money (X1), Gaya Hidup (X2), dan Pengendalian Diri (X3) berkontribusi terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dengan R Square 0,587, atau 58,7%. Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini berkontribusi 41,3%.

## 4.6. Pengujian Hipotesis

### 4.6.1. Uji T

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan. menggambarkan hasil uji parsial ini dalam dua situasi: satu di mana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan dianggap signifikan karena pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat; yang lain di mana  $t_{hitung}$  lebih rendah dari  $t_{tabel}$  dan dianggap tidak signifikan. Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 adalah cara untuk mengetahui apakah ini benar. Ini adalah prosedur yang digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi:

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0,05 maka hipotesis ( $H_a$ ) diterima dan ( $H_o$ ) ditolak.

- **Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan taraf signifikansinya 0,05 maka**

hipotesis ( $H_a$ ) ditolak dan ( $H_o$ ) diterima

Berikut ini adalah hasil dari pengujian uji t menggunakan SPSS:

Tabel 8 : Hasil Uji T

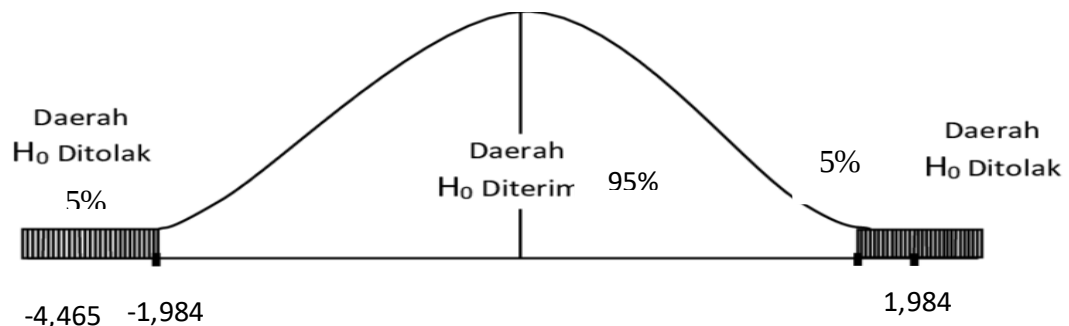
| Coefficients <sup>a</sup>                 |                    |                             |            |                           |        |      |
|-------------------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
| Model                                     |                    | B                           | Std. Error | Beta                      | T      | Sig. |
| 1                                         | (Constant)         | 9.271                       | 2.270      |                           | 4.084  | .000 |
|                                           | Penggunaan E-Money | -.474                       | .106       | -.306                     | -4.465 | .000 |
|                                           | Gaya Hidup         | .783                        | .070       | .750                      | 11.180 | .000 |
|                                           | Pengendalian Diri  | .067                        | .077       | .060                      | .866   | .389 |
| a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif |                    |                             |            |                           |        |      |

Sumber: Data Dioalah SPSS, 2024

Pada Tabel 15, pengujian t dilakukan. Nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dan derajat kebebasan  $df = n-k$  atau  $100-4 = 96$ . Nilai  $t_{tabel}$  yang dihasilkan ialah 1,984. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t:

### 1. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

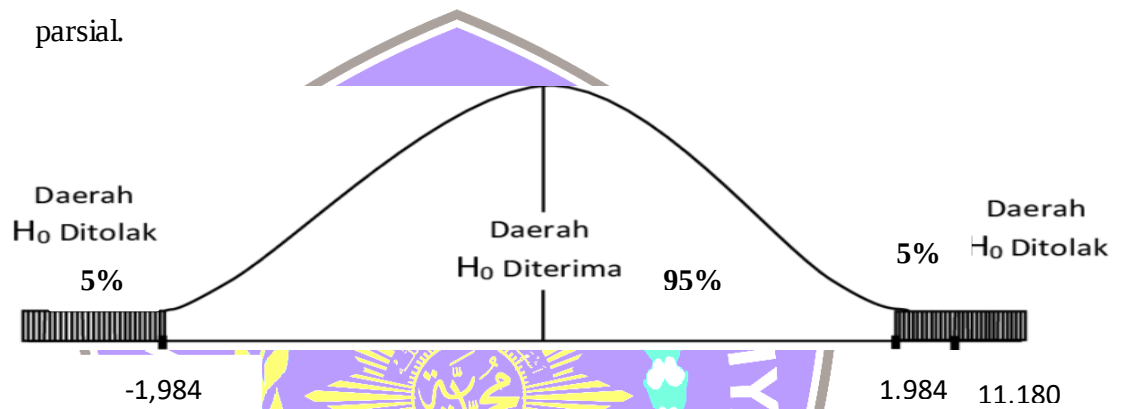
Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai hitung -4,465 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984, dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik secara parsial memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.



**Gambar 2 : Daerah Penolakan  $H_0$  dan Penerimaan  $H_a$**

## **2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

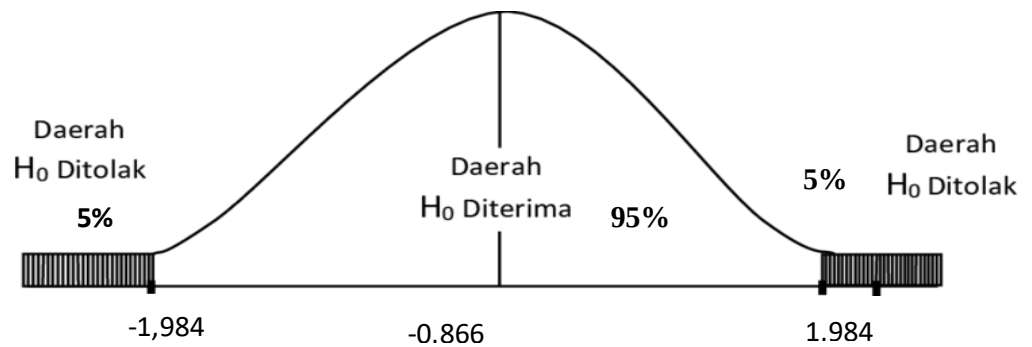
Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai hitung  $t$  sebesar 11,180 lebih besar dari nilai tabel 1,984, dapat disimpulkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo secara parsial.



**Gambar 3 Daerah Penolakan  $H_0$  dan Penerimaan  $H_a$**

## **3. Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif**

Pada tabel koefisien, kolom signifikan dan kolom  $t$  hitung memiliki nilai yang sama, yaitu -0,866. Nilai  $t$  tabel adalah 1,984, dan nilai signifikansi 0,389 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, ditemukan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tidak dipengaruhi secara parsial oleh pengendalian diri.



**Gambar 4 : Daerah Penolakan  $H_0$  dan Penerimaan  $H_a$**

#### 4.6.2. Uji F

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau tidak. Itu juga mengukur ketepatan fungsi regresi sampel saat menaksir nilai aktual. Digunakan nilai rata-rata 0,05, yang berarti lima persen. Jika nilai signifikan F kurang dari 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat mempengaruhi satu sama lain atau sebaliknya. Berikut adalah persyaratan untuk tes simultan:

- Jika nilai  $f$  hitung  $>$  nilai  $f$  tabel, maka ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) akan diterima.
- Jika nilai  $f$  hitung  $<$  nilai  $f$  tabel, maka ( $H_0$ ) diterima dan ( $H_a$ ) akan ditolak.

Berikut adalah hasil dari pengolahan uji F menggunakan SPSS dengan skor F tabel yang telah diketahui sebesar 2,466 dengan rumus ( $df = k ; n-k$ ).

**Tabel 9 : Hasil Uji F Simultan**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 431.606        | 3  | 143.869     | 45.525 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 303.384        | 96 | 3.160       |        |                   |
|                    | Total      | 734.990        | 99 |             |        |                   |

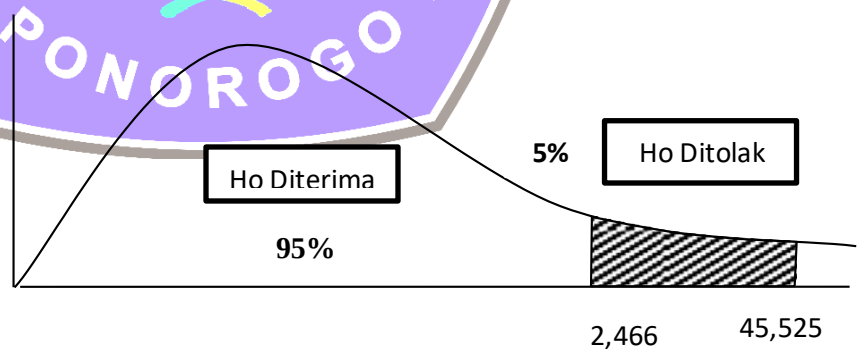
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Penggunaan E-Money

Sumber : Data Diolah, 2024

Tabel 16 menunjukkan bahwa nilai F hitung 45,525 lebih besar daripada F tabel 2,466, dan nilai signifikannya 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dipengaruhi oleh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri secara bersamaan.

Kemudian dari hasil analisis di atas bisa dibentuk kurva:



#### 4.7. Pembahasan

Pembahasan hasil analisis ini menceritakan hasil penelitian dari data yang telah dikumpulkan dan diolah menggunakan program SPSS. Mahasiswa Institut Agama Islam

Negeri Ponorogo membahas perilaku konsumtif (Y) melalui penggunaan uang elektronik (X1), gaya hidup (X2), dan pengendalian diri (X3).

#### **4.7.1. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji hipotesis variabel Penggunaan uang elektronik terhadap Perilaku Konsumtif, diketahui bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $-4,465$  lebih besar dari  $1,984$ ). Ini disebabkan oleh fakta bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $-4,465$  lebih besar dari  $1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000$  lebih besar dari  $0,05$ ), dan koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu  $-0,474$ , yang menunjukkan bahwa Kondisi ini terjadi karena penggunaan E-Money responden mungkin cukup baik, yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik, pengaruh terhadap perilaku konsumtif meningkat. Karena tentunya akan lebih mengatur penggunaan uang elektronik responden dalam hal berperilaku konsumtif dan menjadikannya rendah sebagai media transaksi agar tidak terjadi masalah dalam berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa mereka akan lebih mudah melakukan transaksi dengan uang elektronik karena lebih lancar. Oleh karena itu, bagaimana seseorang menggunakan uang elektronik dengan benar akan memengaruhi seberapa baik atau tidak perilaku konsumtif mereka.

#### **4.7.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut**

##### **Agama Islam Negeri Ponorogo**

Hasil pengolahan data untuk uji hipotesis variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif ditunjukkan pada tabel: nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yaitu 11,180 lebih besar dari 1,984. Ini disebabkan oleh fakta bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yaitu 11,180 lebih besar dari 1,984, dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa "Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa institute agama islam negeri Ponorogo. Kondisi ini disebabkan oleh fakta bahwa gaya hidup responden mungkin cukup baik, yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Jika gaya hidup seseorang lebih baik, mereka memiliki perilaku konsumtif yang lebih besar, dan sebaliknya, jika gaya hidup seseorang lebih buruk, mereka memiliki perilaku konsumtif yang lebih sedikit. Menurut jawaban responden, gaya hidup adalah salah satu alasan utama seseorang untuk membeli sesuatu. Dengan demikian, kebutuhan, keinginan, dan perilaku pembelian akan dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang. Akibatnya, siswa Institusi Agama Islam Negeri Ponorogo juga mengalami situasi yang serupa. Lingkungan kampus, baik dari dalam maupun dari luar, ternyata dapat mempengaruhi gaya hidup mereka, kadang-kadang melampaui kemampuan keuangan mereka. Fenomena ini juga menyebabkan mereka lebih konsumtif. Seseorang yang memiliki gaya hidup yang tinggi dapat memiliki tingkat konsumtif yang tinggi atau rendah.

#### **4.7.3. Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data untuk uji hipotesis variabel Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif yang terdapat pada tabel diketahui hasil dari nilai  $t$  hitung sebesar  $0,866 < \text{dari } t \text{ tabel } 1,984$ . Sebab nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  ( $0,866 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 > 0,05$ ), serta koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu  $0,067$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa “Pengendalian Diri secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini mencapai kesimpulan yang sejalan dengan temuan sebelumnya oleh (Dikria & W, 2016), yang menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketidakhadiran pengaruh signifikan ini mungkin disebabkan oleh kenyataan bahwa meskipun mahasiswa institute agama islam negeri ponorogo mampu mengendalikan diri, faktor-faktor eksternal seperti godaan diskon/sale yang menggurikan, bujukan dari teman-teman, dan pengaruh tren saat ini, masih mendorong mereka untuk tetap melakukan perilaku konsumtif pada waktu-waktu tertentu.

#### **4.7.4. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri ponorogo**

Nilai F dalam tabel adalah 2,46, dan nilai F hitung adalah 45,525 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, 45,525 lebih besar dari 2,46 dan 0,000 kurang dari 0,05,  $H_0$  diterima, yang menyatakan bahwa "penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri secara bersamaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo."



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari diskusi dan penelitian tentang pengaruh gaya hidup, pengendalian diri, dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif siswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, dapat disimpulkan bahwa:

Hasil analisis yang sudah dilaksanakan sebagai berikut :

1. Penggunaan Uang Elektronik ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Jadi memiliki arti dimana Penggunaan uang elektronik bisa mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.
2. Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Jadi memiliki arti dimanana Gaya Hidup bisa mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.
3. Pengendalian Diri ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
4. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik ( $X_1$ ), Gaya Hidup ( $X_2$ ), dan Pengendalian Diri ( $X_3$ ) secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif ( $Y$ ) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo . Dengan demikian, ketiga variabel ini mendukung perilaku konsumtif mahasiswa institut agama

islam negeri ponorogo. Hasil penelitiannya mengungkapkan penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan pengendalian diri mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa institut agama islam negeri ponorogo.

## 5.2 Saran

Sebagaimana hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulannya yang telah disampaikan, beberapa saran yang bisa dikemukakan adalah :

### 1. Bagi Objek Peneliti

Temuan menunjukkan bahwa siswa masih menggunakan e-money untuk pembayaran dan transaksi lainnya. Namun, mereka tidak serta mereka segera menghabiskan uang untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan. Menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan gaya hidup yang mewah adalah cara untuk mencapai hal ini. Membuat anggaran dengan mempertimbangkan kebutuhan dan budget yang akan digunakan untuk menerapkan pelajaran yang dipelajari selama pendidikan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode pengambilan data tambahan untuk memeriksa Penggunaan uang elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif untuk mengembangkan penelitian ini dan menghasilkan hasil yang lebih akurat di masa depan. Misalnya, peneliti dapat menggunakan metode wawancara untuk mempelajari

lebih banyak variabel independen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1).
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2).
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1).
- Mawo, T., Thomas, P., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1).
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
- Suharni. (2018). Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Dan Perubahan Sosial. *Spektrum Hukum*, 15(1), 15.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Balance*, 14(2).
- Wahidah, N. (2013). Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak 2013. *Journal of Equatorial Education and Learning*, 3(2).

Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta

Dikria, O., & W, S. U. M. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi. Jurnal Pendidikan Ekonomi*.

<https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>

Oliviana, A. D. (2023). *PENINGKATAN PENGGUNA TRANSAKSI UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) PADA MASYARAKAT DI PASCA PANDEMI [ Universitas Muhammadiyah Ponorogo]*.

Hasibuan, H. (2019). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2(1), 1–88.<http://repository.uinsu.ac.id/7398/>

Hendarsyah, D. (2016). Pengguna Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Penggnati Uang Tunai Di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(1), 1-15.

<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>

Raihanah Basalamah, N. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (FINTECH) GOPAY Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4No.1Tahun 2022, 4, 59-66.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.

Mangkunegara, A. A. P. (2012). Perilaku konsumen.

Asisi, I. (2020). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhada perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi*

*Universitas Pasir Pengaraian* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).

Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23-35.

Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018, September). Pengaruh gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional terhadap perilaku keuangan mahasiswa. In *Seminar Nasional Royal (SENAR)* (Vol. 1, No. 1, pp. 401-406).

Wahidah, N. (2013). Pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 3(2).

Ernawati, E., & Muslimin, M. (2022). LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TADULAKO. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(4), 322-330.

Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.

Rasyid, M. B. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Debit Card dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8(2), 111-122.

Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, A. S., & Mulyana, M. (2022). Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar).

Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1-19.

Asisi, I. (2020). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).



## Lampiran 1

### A. Penggunaan Uang Elektronik (X1)

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TOTAL |
|------|------|------|------|-------|
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 3    | 4    | 4    | 15    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 18    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 15    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 18    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 18    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 18    |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 4    | 5    | 4    | 2    | 15    |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 18    |
| 1    | 5    | 5    | 5    | 16    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 18    |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 1 | 1 | 3 | 1 | 6  |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 5 | 4 | 1 | 14 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

#### B. Gaya Hidup (X2)

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TOTAL |
|------|------|------|------|-------|
| 4    | 3    | 4    | 4    | 15    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 3    | 2    | 13    |
| 4    | 3    | 3    | 3    | 13    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 18    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 2    | 1    | 1    | 3    | 7     |
| 4    | 4    | 3    | 3    | 14    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 2    | 3    | 4    | 5    | 14    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 1 | 1 | 1 | 4 | 7  |
| 2 | 2 | 2 | 5 | 11 |
| 3 | 4 | 1 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 5 | 14 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 1 | 4 | 1 | 2 | 8  |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 1 | 4 | 4 | 13 |
| 1 | 3 | 3 | 2 | 9  |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 1 | 2 | 4 | 3 | 10 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 2 | 1 | 4 | 3 | 10 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |

### C. Pengendalian Diri (X3)

| X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | TOTAL |
|------|------|------|------|------|-------|
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22    |
| 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 16    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 19    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 3    | 20    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 4    | 3    | 3    | 3    | 5    | 18    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 21    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 21    |

|   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

|   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

#### D. Perilaku Konsumtif (Y)

| Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Y1.4 | TOTAL |
|------|------|------|------|-------|
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 3    | 3    | 4    | 14    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 18    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 2    | 1    | 1    | 1    | 5     |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 4    | 3    | 4    | 3    | 14    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 2    | 2    | 4    | 3    | 11    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 5    | 3    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 3    | 4    | 15    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |
| 4    | 5    | 3    | 4    | 16    |
| 3    | 4    | 2    | 3    | 12    |
| 4    | 2    | 2    | 2    | 10    |
| 4    | 3    | 3    | 2    | 12    |
| 3    | 5    | 2    | 2    | 12    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 18    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 17    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 17    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 12    |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
| 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 9  |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 10 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 8  |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 12 |
| 5 | 1 | 2 | 2 | 10 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 7  |



## Lampiran 2

### KUISIONER PENELITIAN

# **PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK, GAYA HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

Kepada Yth:

Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Ferarenanada Ferdayanti Progam Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Saya saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi mengenai “ **Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**”.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i, meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penulisan skripsi. Jawaban yang saudara/i berikan tidak akan dinilai benar atau salah. Semua informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaannya. Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran dari saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Saudara/i sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT

Hormat saya, Ferarenanada Ferdayanti

## Bagian 1

### A. Identitas Responden

1. Nama : .....
2. Usia : .....Tahun
3. Jenis Kelamin : .....

☐

Laki-Laki

☐

Perempuan

4. Fakultas : .....
5. Tingkat Semester : .....
6. Jenis Uang Elektronik yang sering digunakan

- GoPay
- OVO
- DANA
- LINKAJA
- SHOPPEPAY
- dll

### Bagian II : Memberikan jawaban dari pernyataan yang tersedia

Saudara/i dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang anda secara objektif dengan memberikan tanda (□) pada salah satu kriteria yang paling mewakili diri anda dengan kriteria :

- Sangat Setuju (SS) : Apabila anda merasa Sangat Setuju
- Setuju (S) : Apabila anda merasa Setuju
- Kurang Setuju (KR) : Apabila anda merasa Kurang Setuju
- Tidak Setuju (TS) : Apabila anda merasa Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju (STS) : Apabila anda merasa Sangat Tidak Setuju

### Bagian III : Pernyataan

Pilihlah jawaban yang paling anda anggap sesuai, berikan tanda (□) pada kolom isian dibawah ini:

#### 1. PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK ( XI)

| No. | Pertanyaan                                                                                                               | STS | TS | KS | S | SS |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|     |                                                                                                                          | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| 1.  | Menggunakan uang elektronik meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (tidak perlu membawa uang tunai) |     |    |    |   |    |
| 2.  | Uang elektronik sering menawarkan keuntungan tambahan (discount atau cashback) saat menyelesaikan transaksi              |     |    |    |   |    |
| 3.  | Menggunakan uang elektronik mempermudah transaksi pembayaran dan praktis tanpa menerima uang kembalian                   |     |    |    |   |    |
| 4.  | Menggunakan uang elektronik memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran                                   |     |    |    |   |    |

## 2. GAYA HIDUP (X2)

| No. | Pertanyaan                                                                                         | STS | TS | KS | S | SS |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|     |                                                                                                    | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| 1.  | Saya mengisi waktu luang bersama teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffee shop, cafe atau mall |     |    |    |   |    |
| 2.  | Saya suka mengikuti trend fashion dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya                         |     |    |    |   |    |
| 3.  | Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (branded) dibandingkan produk tidak bermerk             |     |    |    |   |    |
| 4.  | Menurut saya produk mahal bermerk (branded) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi          |     |    |    |   |    |

## 3. PENGENDALIAN DIRI (X3)

| No | Pertanyaan                                                                   | STS | TS | KS | S | SS |
|----|------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|    |                                                                              | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| 1. | Saya mampu mengontrol tindakan agar tidak membeli barang secara berlebihan   |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya mampu mengontrol tindakan agar dapat menghemat                          |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya mampu mengontrol diri agar tidak boros                                  |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya mampu mengontrol diri ketika terdapat banyak uang agar tidak berbelanja |     |    |    |   |    |
| 5. | Saya mampu mengontrol diri ketika belanja karena terpengaruh orang lain      |     |    |    |   |    |

#### 4. PERILAKU KONSUMTIF (Y)

| No | Pertanyaan                                                                                               | STS | TS | KS | S | SS |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|    |                                                                                                          | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| 1. | Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan trendy.              |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis/influencer idola saya.           |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal                                                       |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya melakukan pembelian demi menjaga penampilan tanpa memikirkan kebutuhansitus web yang sudah tersedia |     |    |    |   |    |

### Lampiran 3

#### A. Jenis Kelamin

| JENIS_KELAMIN |           |           |         |               |                    |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|               |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid         | Laki-Laki | 34        | 34.0    | 34.0          | 34.0               |
|               | Perempuan | 66        | 66.0    | 66.0          | 100.0              |
|               | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

#### B. Usia

| USIA  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 22    | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 21    | 39        | 39.0    | 39.0          | 40.0               |
|       | 20    | 57        | 57.0    | 57.0          | 97.0               |
|       | 24    | 2         | 2.0     | 2.0           | 99.0               |
|       | 25    | 1         | 1.0     | 1.0           | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### C. Fakultas

| FAKULTAS |                             |           |         |               |                    |
|----------|-----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|          |                             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid    | Ekonomi dan Bisnis Islam    | 44        | 44.0    | 44.0          | 44.0               |
|          | Syariah                     | 23        | 23.0    | 23.0          | 67.0               |
|          | Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  | 20        | 20.0    | 20.0          | 87.0               |
|          | Ushuluddin, Adab dan Dakwah | 13        | 13.0    | 13.0          | 100.0              |
|          | Total                       | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### D. Semester

| SEMESTER |       |           |         |               |                    |
|----------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|          |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid    | 2     | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|          | 3     | 3         | 3.0     | 3.0           | 7.0                |
|          | 4     | 21        | 21.0    | 21.0          | 28.0               |
|          | 5     | 8         | 8.0     | 8.0           | 36.0               |
|          | 6     | 23        | 23.0    | 23.0          | 59.0               |
|          | 7     | 41        | 41.0    | 41.0          | 100.0              |
|          | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### E. Jenis E-Money Yang Sering Digunakan

| jenis e-money yang sering digunakan |            |           |         |               |                    |
|-------------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                                     |            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                               | OVO        | 10        | 10.0    | 10.0          | 10.0               |
|                                     | SHOPPEPAY  | 52        | 52.0    | 52.0          | 62.0               |
|                                     | DANA       | 28        | 28.0    | 28.0          | 90.0               |
|                                     | 4          | 1         | 1.0     | 1.0           | 91.0               |
|                                     | GoPay      | 7         | 7.0     | 7.0           | 98.0               |
|                                     | BNI Mobile | 1         | 1.0     | 1.0           | 99.0               |
|                                     | LINKAJA    | 1         | 1.0     | 1.0           | 100.0              |
|                                     | Total      | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## Lampiran 4

### A. Uji Validitas

#### 1) Penggunaan E-Money

|      |                     | Correlations |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|      |                     | X1.1         | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1     |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1            | .327** | .265** | .295** | .680** |
|      | Sig. (2-tailed)     |              | .001   | .008   | .003   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.2 | Pearson Correlation | .327**       | 1      | .369** | .397** | .709** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .001         |        | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.3 | Pearson Correlation | .265**       | .369** | 1      | .490** | .690** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .008         | .000   |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.4 | Pearson Correlation | .295**       | .397** | .490** | 1      | .789** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .003         | .000   | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1   | Pearson Correlation | .680**       | .709** | .690** | .789** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |

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

#### 2) Gaya Hidup

|      |                     | Correlations |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|      |                     | X2.1         | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2     |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1            | .549** | .580** | .340** | .793** |
|      | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .001   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.2 | Pearson Correlation | .549**       | 1      | .560** | .369** | .801** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.3 | Pearson Correlation | .580**       | .560** | 1      | .488** | .845** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.4 | Pearson Correlation | .340**       | .369** | .488** | 1      | .686** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .001         | .000   | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2   | Pearson Correlation | .793**       | .801** | .845** | .686** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |

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

### 3) Pengendalian Diri

|                                                              |                     | Correlations |        |        |        |        |        |
|--------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                                              |                     | X3.1         | X3.2   | X3.3   | X3.4   | X3.5   | X3     |
| X3.1                                                         | Pearson Correlation | 1            | .500** | .539** | .454** | .474** | .720** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.2                                                         | Pearson Correlation | .500**       | 1      | .722** | .659** | .624** | .866** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.3                                                         | Pearson Correlation | .539**       | .722** | 1      | .677** | .607** | .871** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.4                                                         | Pearson Correlation | .454**       | .659** | .677** | 1      | .546** | .825** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.5                                                         | Pearson Correlation | .474**       | .624** | .607** | .546** | 1      | .791** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3                                                           | Pearson Correlation | .720**       | .866** | .871** | .825** | .791** | 1      |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). |                     |              |        |        |        |        |        |

### 4) Perilaku Konsumtif

|                                                              |                     | Correlations |        |        |        |        |
|--------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|                                                              |                     | Y1.1         | Y1.2   | Y1.3   | Y1.4   | Y1     |
| Y1.1                                                         | Pearson Correlation | 1            | .472** | .478** | .486** | .698** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     |              | .000   | .000   | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y1.2                                                         | Pearson Correlation | .472**       | 1      | .647** | .718** | .868** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         |        | .000   | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y1.3                                                         | Pearson Correlation | .478**       | .647** | 1      | .743** | .865** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   |        | .000   | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y1.4                                                         | Pearson Correlation | .486**       | .718** | .743** | 1      | .896** |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   |        | .000   |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Y1                                                           | Pearson Correlation | .698**       | .868** | .865** | .896** | 1      |
|                                                              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   |        |
|                                                              | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). |                     |              |        |        |        |        |

#### D. Uji Reliabilitas

##### 1) Penggunaan Uang Elektronik

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .674                   | 4          |

##### 2) GayaHidup

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .790                   | 4          |

##### 3) Pengendalian Diri

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .874                   | 5          |

##### 4) Perilaku Konsumtif

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .855                   | 4          |

## Lampiran 5

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |             |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.        |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |             |
| 1                         | (Constant)         | 9.271                       | 2.270      |                           | 4.084 .000  |
|                           | Penggunaan E-Money | -.474                       | .106       | -.306                     | -4.465 .000 |
|                           | Gaya Hidup         | .783                        | .070       | .750                      | 11.180 .000 |
|                           | Pengendalian Diri  | .067                        | .077       | .060                      | .866 .389   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Lampiran 6

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .766 <sup>a</sup> | .587     | .574              | 1.77771                    |

a. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Penggunaan E-Money

## Lampiran 7

### A. Uji Parsial (t)

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |             |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.        |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |             |
| 1                         | (Constant)         | 9.271                       | 2.270      |                           | 4.084 .000  |
|                           | Penggunaan E-Money | -.474                       | .106       | -.306                     | -4.465 .000 |
|                           | Gaya Hidup         | .783                        | .070       | .750                      | 11.180 .000 |
|                           | Pengendalian Diri  | .067                        | .077       | .060                      | .866 .389   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

### B. Uji Simultan (f)

| ANOVA <sup>a</sup>                                                           |            |                |    |             |        |                   |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                                        |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                                            | Regression | 431.606        | 3  | 143.869     | 45.525 | .000 <sup>b</sup> |
|                                                                              | Residual   | 303.384        | 96 | 3.160       |        |                   |
|                                                                              | Total      | 734.990        | 99 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif                                    |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Penggunaan E-Money |            |                |    |             |        |                   |

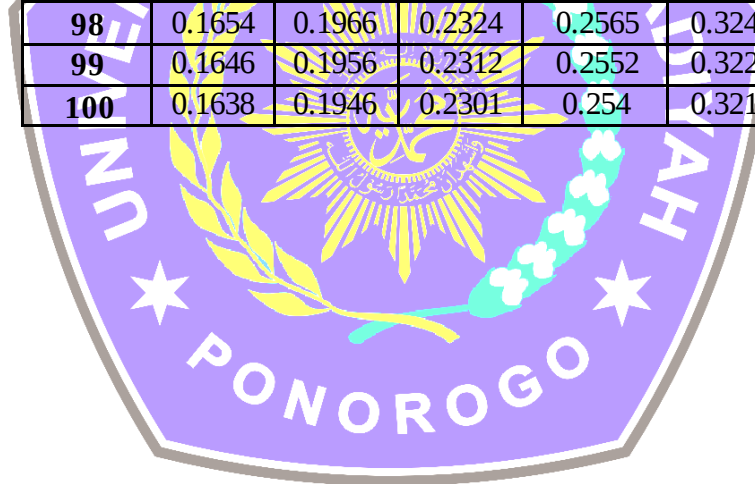


Lampiran 8

Tabel r untuk df = 50 – 100

| df =<br>(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  |
| 50            | 0.2306                                   | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542  | 0.4432 |
| 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  | 0.428  |
| 55            | 0.2201                                   | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385  | 0.4244 |
| 56            | 0.2181                                   | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357  | 0.421  |
| 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  | 0.411  |
| 60            | 0.2108                                   | 0.25   | 0.2948 | 0.3248  | 0.4079 |
| 61            | 0.2091                                   | 0.248  | 0.2925 | 0.3223  | 0.4048 |
| 62            | 0.2075                                   | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198  | 0.4018 |
| 63            | 0.2058                                   | 0.2441 | 0.288  | 0.3173  | 0.3988 |
| 64            | 0.2042                                   | 0.2423 | 0.2858 | 0.315   | 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 | 0.306   | 0.385  |
| 69            | 0.1968                                   | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038  | 0.3823 |
| 70            | 0.1954                                   | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017  | 0.3798 |
| 71            | 0.194                                    | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997  | 0.3773 |
| 72            | 0.1927                                   | 0.2287 | 0.27   | 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 | 0.263  | 0.29    | 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 | 0.283   | 0.3568 |
| 81            | 0.1818                                   | 0.2159 | 0.255  | 0.28136 | 0.3547 |

|     |        |        |        |        |        |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 82  | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83  | 0.1796 | 0.2133 | 0.252  | 0.278  | 0.3507 |
| 84  | 0.1786 | 0.212  | 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 | 0.343  |
| 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 | 0.205  | 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  | 0.168  | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.329  |
| 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 | 0.254  | 0.3211 |



Lampiran 9

Tabel t untuk df = 50 – 100

| Pr | 0.25    | 0.1     | 0.05    | 0.025   | 0.01    | 0.005   | 0.001   |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Df | 0.5     | 0.2     | 0.1     | 0.05    | 0.02    | 0.01    | 0.002   |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.6789  | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.3948  | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.2368  |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.001   | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.6786  | 1.29582 | 1.67065 | 2.0003  | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.2293  |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.6698  | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.6784  | 1.29513 | 1.6694  | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.3851  | 2.6536  | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.3833  | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.2126  |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.6479  | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.6666  | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.666   | 1.993   | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.2931  | 1.66571 | 1.99254 | 2.3778  | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.9921  | 2.3771  | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.6412  | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.2925  | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.6395  | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.6379  | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |

|           |         |         |         |         |         |         |         |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>83</b> | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| <b>84</b> | 0.67742 | 1.29171 | 1.6632  | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| <b>85</b> | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.1889  |



Lampiran 10

Tabel Distribusi F untuk Probabilita=0,05

| Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita=0,05 |                         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| df untuk penyebut (N2)                               | df untuk pembilang (N1) |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                                                      | 1                       | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13   | 14   | 15   |
| 91                                                   | 3.95                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92                                                   | 3.94                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99                                                   | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100                                                  | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 101                                                  | 3.94                    | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 102                                                  | 3.93                    | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 103                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 104                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 105                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 106                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 107                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 108                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 109                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 110                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 111                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 112                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 113                                                  | 3.93                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 114                                                  | 3.92                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 115                                                  | 3.92                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 116                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 117                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 118                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 119                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 120                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 121                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 122                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 123                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 124                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 125                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 126                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 127                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 128                                                  | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |

|            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>129</b> | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| <b>130</b> | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |



## Lampiran 11

### Hasil cek plagiasi

 **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**LEMBAGA LAYANAN PERPUSTAKAAN (L2P)**  
Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796,  
e-mail : [akademik@umpo.ac.id](mailto:akademik@umpo.ac.id) Website : [www.umpo.ac.id](http://www.umpo.ac.id)  
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PP/PT/IV/2020)  
NPP.3502102D2014337

---

**SURAT KETERANGAN**  
**HASIL SIMILARITY CHECK KARYA ILMIAH MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

Dengan ini kami nyatakan bahwa karya ilmiah dengan rincian sebagai berikut:

Nama : FERARENANDA FERDAYANTI  
NIM : 20402671  
Prodi : EKONOMI  
Judul : **PEMBANGUNAN**  
PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, GAYA HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PONOROGO  
Dosen pembimbing :  
1. Sayid Abas, SE., M. Si  
2. Yeni cahyono, SE., ME. Sy.

Telah dilakukan check plagiasi berupa Skripsi di L2P Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan prosentase kesamaan sebesar 9 %

Demikian keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 27 Juni 2024  
Kepala L2P

  
Ayu Wulansari, S.Kom, M.A  
NIK. 197608 11 200111 21

Nb: Dosen pembimbing dimohon untuk mengecek kembali keaslian soft file karya ilmiah yang telah diperiksa melalui Turnitin perpustakaan

## Lampiran 12

### Surat Ijin Penelitian

 **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax: (0352) 401796, e-mail: uhademk@umpo.ac.id Website: www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

---

Nomor : 1539/IV.4/PN/2023  
Hal : Ijin Penelitian  
Ponorogo, 08 November 2023

Kepada :  
Yth. Kepala wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama  
Jl. Pramuka No. 156 Ronowijayan, Siman, Ponorogo, Jawa Timur 63471

*Assalaamuallaikum wr. wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. SLAMET SANTOSO., M.Si  
NIK : 19701016 199904 12  
Jabatan : Wakil Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Menerangkan bahwa mahasiswa :

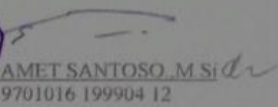
Nama : Ferarenanda Ferdianti  
NIM : 20420671  
Semester : 7  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
No. HP : 082257421968  
Lokasi/Objek : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo  
Lama Penelitian : 3 bulan  
Bidang : Perilaku Konsumen  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam hal ini mohon diberi kesempatan untuk mengadakan penelitian pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin guna melaksanakan tugas skripsi.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

*Wassalaamuallaikum wr. wb.*

*Xie 18/12/2023*  
*Wakil di Ponor.*  
*KR*  
*KR*

Wakil Dekan,  
  
SLAMET SANTOSO, M.Si  
19701016 199904 12



## Lampiran 13

### Berita Acara Bimbingan



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
 Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796, e-mail: akademis@umpo.ac.id Website: www.umpo.ac.id  
 Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
 (SK Nomor 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

---

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : Ferarenanda Ferdayanti
2. NIM : 20420671
3. Prodi : Ekonomi Pembangunan
4. Bidang : Perilaku Konsumen
5. Alamat : Jl. Umar Shadiq, Desa Tanjungsari Kec. Jenangan kab. Ponorogo
6. Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
7. Masa Pembimbingan : Oktober 2023 s/d Oktober 2024
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 27 Agustus 2023
9. Konsultasi :

| Tanggal Disetujui | BAB            | Paraf Pembimbing                                                                      |
|-------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 30 okt 23         | proposal       |  |
| 6 Okt 23          | proposal       |  |
| 13 Des 23         | Acc proposal   |  |
| 13 Februari 24    | Revisi Bab 1-3 |  |
| 15 Februari 24    | Acc Bab 1-3    |  |
| 21 Feb 24         | Revisi Bab 1-3 |  |
| 22-3-24           | Acc Bab 1-3    |  |
| 29-5-24           | Revisi Bab 1-5 |  |
| 31-5-24           | Revisi 4-5     |  |
| 6-6-2024          | Revisi bab 5   |  |

