

**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*, *ONLINE SHOPPING* DAN
SPENDING HABITS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI MODERASI (STUDI
PENGUNA *MARKETPLACE* DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

RR. NUR'ADILA ADRYNABILA

NIM. 20108030125

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*, *ONLINE SHOPPING* DAN
SPENDING HABITS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI MODERASI (STUDI
PENGGUNA *MARKETPLACE* DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

**RR. NUR'ADILA ADRYNABILA
NIM. 20108030125**

DOSEN PEMBIMBING :

**IZRA BERA KON, M.Sc.
NIP. 199000927 201801 1 001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1105/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT, ONLINE SHOPPING DAN SPENDING HABITS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI MODERASI (STUDI PENGGUNA MARKETPLACE DI YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RR. NUR'ADILA ADRYNABILA
Nomor Induk Mahasiswa : 20108030125
Telah diujikan pada : Selasa, 25 Juni 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Izra Berakon, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 66ab454ddc31e



Penguji I

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 66a2f2b81967b



Penguji II

Ratna Sofiana, SH.,M.SI
SIGNED

Valid ID: 66aeb8aacc684



Yogyakarta, 25 Juni 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 66ac5fce69512

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Rr. Nur'Adila Adrynabila

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di – Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Rr. Nur'Adila Adrynabila

NIM : 20108030125

Judul Skripsi : “Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, *Online Shopping* dan *Spending Habits* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai Moderasi (Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta)”

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk ini kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 10 Juni 2024

Pembimbing



Izra Berakon, M.Sc.

NIP. 199000927 201801 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Nur'Adila Adrynabila

NIM : 20108030125

Jurusan/Program studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Online Shopping dan Spending Habits Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai Moderasi (Studi Pengguna Marketplace di Yogyakarta)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 6 Juni 2024

Penulis



Rr. Nur'Adila Adrynabila

NIM. 20108030125

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN

AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rr. Nur'Adila Adrynabila

NIM : 20108030125

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Penggunaan *Digital Payment, Online Shopping* dan *Spending Habits* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai Moderasi (Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta)”

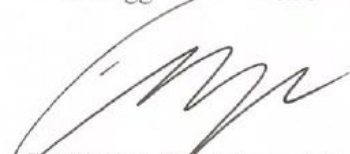
Beserta pernakat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penyusun dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal 6 Juni 2024



Rr. Nur'Adila Adrynabila

NIM. 20108030125

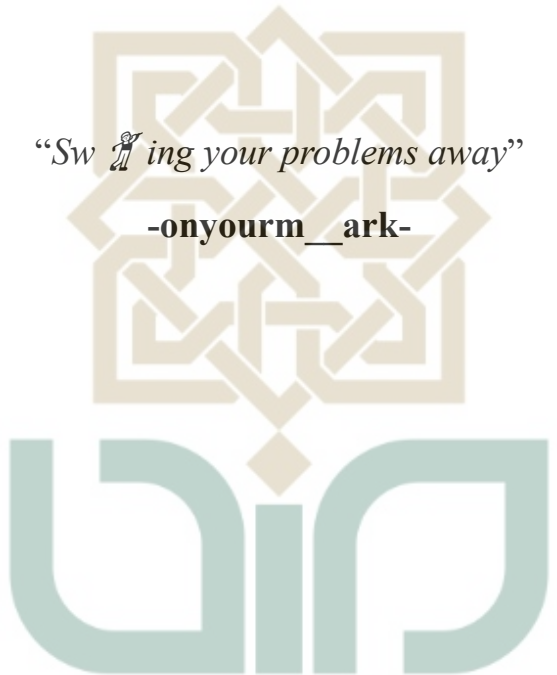
HALAMAN MOTTO

*“Be brave, be strong
But take it easy, no rush
I know you got it”*

-NCT Dream-

“Sw  ing your problems away”

-onyourm__ark-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyyah ke era penuh ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai ungkapan bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang mendalam, karya sederhana ini saya persembahkan kepada Ayah, Bunda dan Kakak atas kasih sayang, dukungan, dan cinta yang tak terhingga. Meskipun tidak mungkin terbalas hanya dengan persembahan ini, semoga karya ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayah dan Bunda bahagia. Semoga Allah memberikan kesempatan dan kesuksesan kepada saya untuk membahagiakan Ayah dan Bunda hingga kita bisa bersama di surga-Nya.

Terima kasih kepada BTS dan NCT DREAM yang telah memotivasi saya, memberikan sumber kebahagiaan, semangat dan menemani dengan lagu-lagunya selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.

Semua sahabat dan teman-teman tersayang, terima kasih atas segala dukungan, doa, semangat dan perhatian yang telah diberikan. Terima kasih sudah menjadi *support system* dan tempat berkeluh kesah. Semoga kalian Bahagia selalu, diberi keberkahan dan kesuksesan di dunia maupun akhirat.

Terima kasih saya sampaikan kepada almamater UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan kesempatan untuk terus belajar dan berkembang. Terutama kepada dosen pembimbing saya, Bapak Izra Berakon, yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal jariyah.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

<i>Huruf Arab</i>	<i>Nama</i>	<i>Huruf Latin</i>	<i>Keterangan</i>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Š	S (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gāīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	'el
م	Mīm	M	'em
ن	Nūn	N	'en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

Semua ta' marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---َ---	Fathah	Ditulis	A
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
---ُ---	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كَرِيمٌ	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُوضٌ	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhaanahu *Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, *Online Shopping* dan *Spending Habits* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Moderasi (Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta)”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Manajemen Keuangan Syariah di UIN Sunan Kalijaga. Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, rasa hormat dan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Muh. Yazid Afandi, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Ratna Sofiana, SH., M.SI., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga akhir.
5. Bapak Izra Berakon, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, nasehat serta saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagai pengalaman baik melalui pembelajaran mata kuliah maupun pelatihan kepada saya, terutama dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
7. Seluruh pegawai dan staff Tata Usaha yang telah membantu penyusun dalam urusan administrasi akademik perkuliahan sehingga dapat terorganisir dengan baik.
8. Kedua orang tua tercinta Ayah dan Bunda yang telah memberikan banyak dukungan berupa materil maupun non materil serta doa yang tiada henti sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
9. Kakak ku yang sedang berjuang sama sepertiku serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan motivasi.
10. Sahabat SMA ku, Dhanes, Aqilla dan Andra yang telah menemani, memberikan dukungan, doa dan semangat serta bersedia menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
11. Sahabat-sahabat kuliahku, yang telah menemani selama masa perkuliahan yang bersedia menjadi tempat untuk berkeluh kesah selama kuliah dan mengerjakan skripsi.
12. Sahabat-sahabat KKN 111 Wateskroyo, Salman, Farah, Aan, Tata, Dea, Akmal, Wafa, Novita, Alfi yang telah menemani dan memberikan suka cita selama 45 hari semasa kkn di Wateskroyo.

Semoga segala kebaikan yang diberikan dari berbagai pihak mendapatkan balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 6 Juni 2024

Penulis



Rr. Nur'Adila Adrynabila
NIM. 20108030125

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat.....	9
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Sumber dan Jenis Data	26
C. Populasi dan Sampel.....	27
D. Definisi Operasional Variabel.....	28
E. Instrumen Penelitian	31
F. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Analisis Deskriptif.....	37
C. Hasil Penelitian.....	45
D. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Keterbatasan	59
C. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN KUESIONER	67
LAMPIRAN HASIL DATA KUESIONER	73
LAMPIRAN HASIL OLAH DATA	78
LAMPIRAN HASIL LINEAR DAN NON-LINEAR.....	79
<i>CURRICULUM VITAE</i>	81



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Dependen	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Independen	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional Independen	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Usia	38
Tabel 4.3 Pendidikan	39
Tabel 4.4 Pendapatan/Uang Saku Perbulan	39
Tabel 4.5 Pengalaman Menggunakan <i>Marketplace</i>	40
Tabel 4.6 Sistem Pembayaran pada <i>E-Commerce</i> yang sering digunakan	41
Tabel 4.7 Frekuensi Berbelanja di <i>Marketplace</i> Dalam Sebulan	42
Tabel 4.8 Pengeluaran untuk <i>E-Commerce</i> Dalam Sebulan	42
Tabel 4.9 Barang yang Biasa Atau Sering Dibeli di <i>Marketplace</i>	43
Tabel 4.10 Membeli Barang di <i>Marketplace</i> Apakah Sesuai Kebutuhan Atau Menuruti Keinginan	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Konvergen	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model	49
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Adjusted R-Square</i>	50
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan saat Belanja di <i>E-Commerce</i> 2023	1
Gambar 1.2 Proporsi Jumlah Transaksi <i>E-commerce</i> Berdasarkan Kelompok Usia (2023)	3
Gambar 1.3 Literasi Keuangan dan Keuangan Syariah 2019 dan 2022	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, *Online Shopping* dan *Spending Habits* terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi (Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu PLS-SEM dengan jenis primer yang diuji dengan menggunakan WarpPLS 8.0. Jumlah sampel pada penelitian yaitu 152 responden pengguna *marketplace* di Yogyakarta. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa penggunaan *digital payment*, *online shopping* dan *spending habits* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Terdapat hubungan negatif antara Literasi keuangan syariah yang memoderasi *spending habits* terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: Penggunaan *Digital Payment*, *Online Shopping*, *Spending Habits*, Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Syariah.



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of using digital payments, online shopping and spending habits on consumer behavior with financial literacy as moderation (Study of Marketplace Users in Yogyakarta). This research uses a quantitative approach with purposive sampling technique. The analytical method used is PLS-SEM with primer types tested using WarpPLS 8.0. The number of samples in the research was 152 respondents who were marketplace users in Yogyakarta. The results of the research state that the use of digital payments, online shopping and spending habits have a positive and significant effect on consumer behavior. There is a negative relationship between Islamic financial literacy which moderates spending habits and consumer behavior.

Keywords: *Use of Digital Payment, Online Shopping, Spending Habits, Consumptive Behavior, Sharia Financial Literacy.*

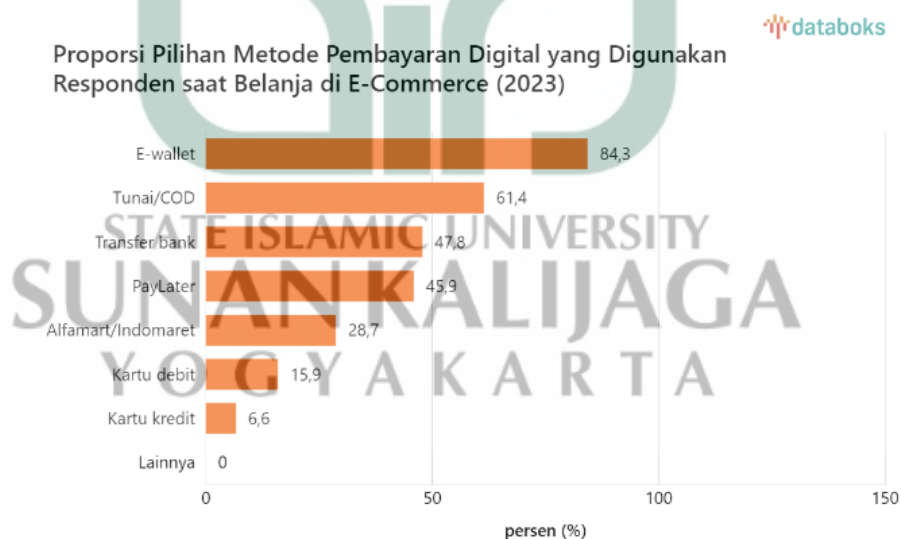


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya teknologi dalam perkembangan zaman sangat berkaitan dengan gaya hidup manusia. Semakin canggihnya perkembangan teknologi, tingkat penerapan gaya hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari pun semakin berkembang. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan, serta kehadiran aplikasi *online marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada atau Blibli semakin memudahkan untuk membeli suatu produk yang diinginkan hanya melalui *smartphone*. Bahkan media sosial yang meliputi Facebook, Instagram, dan Tik tok pun kini telah menjadi platform untuk melakukan transaksi jual beli yang memudahkan bagi pengguna atau calon konsumen untuk bertransaksi (Abdullah *et al.*, 2022).



Sumber:
Katadata Insight Center (KIC)

Informasi Lain:

Gambar 1.1 Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan saat Belanja di E-Commerce 2023

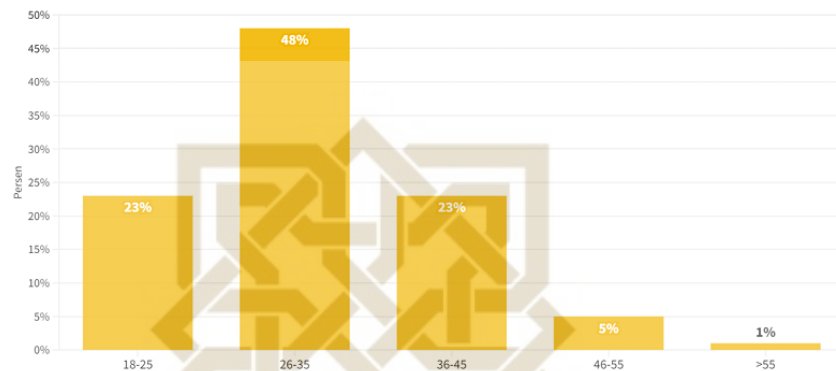
Sumber : Databoks

Menurut survei "Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan saat Belanja di E-Commerce" oleh Databoks pada tahun 2023, *e-Wallet* menjadi metode pembayaran paling populer di *marketplace*, dengan 84,3% orang memilihnya. Penggunaan *e-Wallet* seperti Shopeepay, GoPay, dan lainnya biasanya menawarkan keuntungan bagi pembeli, seperti diskon atau koin yang bisa digunakan untuk belanja berikutnya.

Marketplace online menjadi pusat perhatian, menawarkan beragam produk dan layanan dengan kenyamanan belanja tanpa batas waktu dan ruang. Di samping itu, kemunculan *digital payment* telah mengubah cara transaksi, menggantikan metode pembayaran tradisional dengan kecepatan dan efisiensi yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Era *digital payment* di Indonesia dimulai dengan diperkenalkannya *payment cards*, yang mirip dengan kartu kredit dan berfungsi sebagai pengganti pembayaran tunai. Seiring waktu, kemunculan *m-banking* atau uang elektronik mengubah *landscape digital payment* di Indonesia (Wati, 2020).

Salah satu sarana berbelanja di dunia yang disediakan melalui internet adalah *online shop*, yang bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen dapat melihat barang yang mereka inginkan melalui gambar, baik berupa foto atau video. Meskipun proses transaksi di *online shop* tidak jauh berbeda dengan toko konvensional, perbedaannya terletak pada pelayanan, di mana di toko konvensional kita dilayani oleh manusia, sedangkan di *online shop*, pelayanan dilakukan secara otomatis oleh mesin (Arohman *et al.*, 2020). Ini juga mencakup cara individu memanfaatkan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa. Penting untuk memahami *spending habits* karena dapat memengaruhi stabilitas

finansial seseorang. Memiliki kontrol yang baik atas kebiasaan pengeluaran dapat membantu dalam perencanaan keuangan dan tujuan jangka panjang (Anjaswati *et al.*, 2022).



Gambar 1.2 Proporsi Jumlah Transaksi *E-commerce* Berdasarkan Kelompok Usia (2023)

Sumber : dataindonesia.id

Menurut artikel yang ditulis oleh Sopiah di cnbcindonesia.com (2023), IMF (*International Monetary Fund*) mencatat bahwa Indonesia termasuk satu dari banyaknya negara yang tergolong pertumbuhan *e-commerce* tertinggi selama pandemi. Nilai dari transaksi *e-commerce* di Indonesia kian mengalami peningkatan, seperti yang dilaporkan oleh Bank Indonesia (BI). Pada tahun 2022, total transaksi *e-commerce* mencapai 476,3 triliun rupiah, meningkat 75,3 triliun dibandingkan tahun 2021. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh Generasi Milenial dan Generasi Z. Menurut Rosariana (2021) di situs djkn.kemenkeu.go.id, Generasi Milenial mencakup berbagai orang yang kelahirannya berada diantara tahun 1981 dan 1996, sementara Generasi Z meliputi sekumpulan orang yang masa kelahirannya pada tahun 1997 hingga 2012. Generasi Milenial, terutama kelompok usia 26-35 tahun, memberikan kontribusi terbesar terhadap transaksi *e-commerce* pada tahun 2021, mencapai 48% dari total transaksi, diikuti oleh Generasi Z.

Kehadiran *e-commerce* mengubah cara orang berbelanja. Yang sebelumnya harus pergi ke toko untuk membeli sesuatu, tetapi saat ini bisa berbelanja dari mana saja selama terhubung dengan internet. Hal ini menimbulkan perilaku konsumtif yang tidak hanya terbatas pada kalangan orang dewasa, melainkan juga merasuki kalangan remaja, seperti yang diungkapkan oleh (Chita *et al.*, 2015). Menurut Fitriyani (2013), menyatakan bahwa remaja, sebagai kelompok sosial, tidak dapat terhindar dari dampak kebiasaan belanja yang berlebihan, sehingga mereka menjadi sasaran dari berbagai produk yang dijual oleh perusahaan.

Dampak dari perilaku konsumtif dalam pandangan Islam, Islam memberikan arahan yang jelas mengenai perilaku konsumsi. Al-Quran mendorong penggunaan berbagai barang yang memiliki kegunaan serta memberikan manfaat, menentang perilaku yang memicu keborosan serta memicu pengeluaran untuk barang-barang yang tidak diperlukan. Allah SWT mengingatkan kita untuk tidak terlalu berlebihan dalam mengonsumsi segala hal, seperti yang dikatakan dalam Al-Quran Surah al-A'raf ayat 31.

يا بني ادم خذوا زينتكم عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا انه لا يحب

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

المسرفين

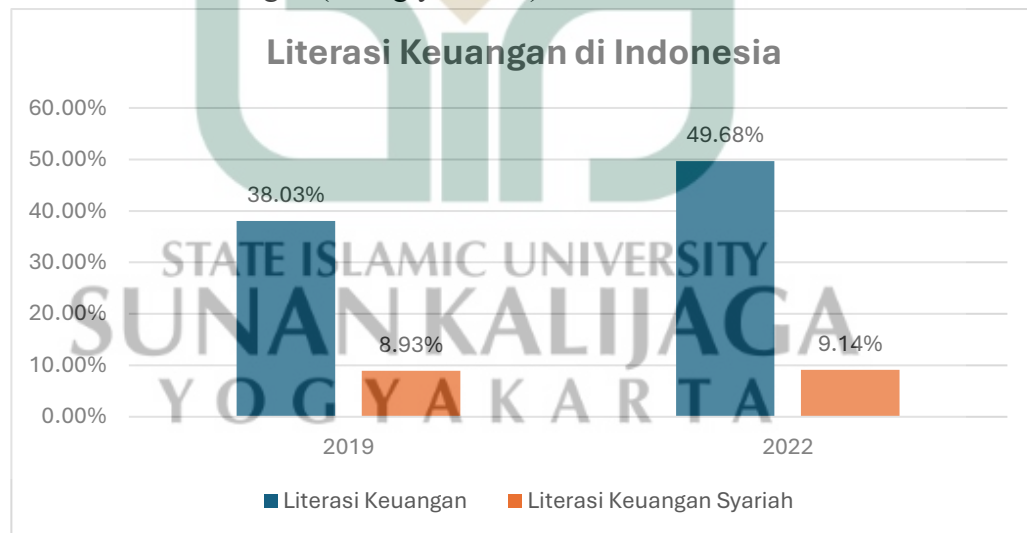
Artinya:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (QS. Al-A'raf [7] : 31)

Rendahnya pengetahuan dalam mengelola keuangan juga dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif. Individu yang memahami literasi keuangan syariah akan lebih memahami prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti

larangan riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakjelasan). Ekonomi Islam hadir sebagai alternatif bagi umat Muslim dalam memenuhi kebutuhan keuangannya, dan pengetahuan ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam (Karmayani *et al.*, 2023).

Dalam hal ini, keberadaan literasi keuangan syariah menjadi semakin penting. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pola konsumsi yang berubah, masyarakat harus diberikan pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang cara mengelola keuangan mereka dengan bijak. Literasi keuangan syariah tidak hanya memberikan pemahaman tentang konsep dan prinsip-prinsip dasar keuangan Islam, tetapi juga membantu masyarakat dalam menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin timbul dalam penggunaan teknologi dan platform digital dalam konteks keuangan (Subagiyo, 2019).



Gambar 1.3 Literasi Keuangan dan Keuangan Syariah 2019 dan 2022

Sumber : OJK, 2022

Berdasar kepada survei yang dijalankan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2019 dan 2022 terdapat peningkatan secara keseluruhan dalam tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia setiap tahunnya. Artinya, jumlah

masyarakat yang mencapai tingkat literasi yang baik, yang disebut sebagai *well literate*, mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Dalam konteks ini, *well literate* mengindikasikan bahwa individu mempunyai pengetahuan serta keyakinan yang memadai terkait lembaga jasa keuangan, produk serta jasa keuangan, juga meliputi pemahaman tentang apa yang ditawarkan oleh produk dan layanan keuangan, mengenali bagaimana hal itu bisa bermanfaat atau berisiko bagi kita, serta mengetahui hak dan tanggung jawab kita saat menggunakan mereka sangat penting. Selain itu, memiliki keterampilan, sikap, dan perilaku yang tepat dalam mengelola uang dan menggunakan produk keuangan dengan bijak adalah hal yang diperlukan (Perwito *et al.*, 2020).

Kurangnya literasi keuangan memicu perilaku konsumtif. Menurut Pala (2023) Literasi keuangan, sebagai kapabilitas yang dimiliki individu guna mengatur serta melakukan pengelolaan dana dengan cara yang efektif, meliputi atas pemahaman terkait konsep dasar keuangan misalnya bunga, tabungan, inflasi, serta pinjaman. Literasi keuangan syariah juga penting, melibatkan pemahaman dasar-dasar keuangan syariah serta pengetahuan tentang keuntungannya. Pendidikan literasi keuangan sejak dini sangat krusial guna memberikan bekal kepada individu dengan keterampilan yang dibutuhkannya ketika melakukan pengelolaan keuangan secara baik dan benar saat dewasa.

Kontrol perilaku yang dirasakan, seperti kepercayaan akan kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif, juga dapat memoderasi hubungan antara faktor-faktor lainnya (Fauziah *et al.*, 2022). Penelitian ini menjadi suatu pengembangan dari penelitian (Simarmata *et al.*, 2023). Peneliti berusaha menjawab perbedaan hasil penelitian dan mengisi celah dari penelitian-penelitian

sebelumnya. Peneliti berusaha menambahkan penjelasan bagaimana pengaruh *online shopping* dan *spending habits* terhadap perilaku konsumtif menggunakan literasi keuangan syariah yang berperan menjadi variabel moderasi. Kemudian, peneliti juga menggunakan studi kasus pengguna *marketplace* di Yogyakarta.

Penelitian (Puspitasari *et al.*, 2021) menemukan bahwa *digital payment* meningkatkan perilaku konsumtif, sementara penelitian lain tidak menemukan pengaruh signifikan. Demikian juga, *online shopping* dan *spending habits* dapat berpengaruh berbeda tergantung pada metode penelitian dan sampel yang digunakan. Penelitian ini mencoba untuk menyatukan variabel-variabel tersebut dan menguji pengaruhnya kepada perilaku konsumtif melalui penambahan literasi keuangan syariah yang berperan menjadi variabel moderasi. Inilah yang membedakan penelitian peneliti dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini memilih Yogyakarta sebagai lokasi studi pengguna *marketplace* sangatlah relevan karena kota ini dikenal sebagai kota pelajar dengan populasi yang beragam dan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, ekosistem ekonomi digital yang berkembang pesat di kota ini menawarkan lingkungan yang dinamis untuk mempelajari tren *online shopping*. Kemudahan akses dan fasilitas penelitian yang baik di Yogyakarta juga memudahkan pengumpulan data yang dibutuhkan guna melangsungkan penelitian ini.

Maka berdasar latar belakang yang berhasil terjabarkan, peneliti memiliki ketertarikan untuk menjalankan penelitian dengan judul “**Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Online Shopping dan Spending Habits Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi**”

(Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta)”, dikarenakan masih ada beberapa temuan sebelumnya yang perlu dipertimbangkan, peneliti memasukkan variabel baru yaitu Literasi Keuangan Syariah sebagai variabel Z. Selain itu, keunikan penelitian ini adalah subjeknya yang berfokus pada pengguna *marketplace* di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta?
2. Apakah *online shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta?
3. Apakah *spending habits* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta?
4. Apakah ada pengaruh negatif *spending habits* terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *online shopping* terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *spending habits* terhadap perilaku konsumtif pengguna *marketplace* di Yogyakarta.

4. Untuk mengetahui pengaruh *spending habits* terhadap perilaku konsumtif setelah di moderasi oleh variabel literasi keuangan syariah.

D. Manfaat

Manfaat dari penulisan penelitian ini adalah :

1. Bagi akademisi, penelitian ini memiliki harapan akan mampu berkontribusi pada pengembangan pengetahuan, terutama dalam bidang keuangan dan bisnis Islam. Hasilnya memiliki harapan untuk mampu dijadikan sebagai referensi untuk penelitian lanjutan pada pokok bahasan penggunaan *digital payment*, *online shopping* dan *spending habits* terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi.
2. Bagi praktisi, penelitian ini memiliki harapan untuk dapat membantu pengembangan pada teori serta konsep terkait penggunaan *digital payment*, *online shopping* dan *spending habits* terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Selain itu, diharapkan memberikan wawasan baru dan pemahaman mendalam terkait dengan hubungan antara variabel tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I atau bagian awal penelitian ini memberikan gambaran tentang konteks permasalahan yang menjadi fokus penelitian, rumusan masalah yang diangkat, tujuan yang ingin dicapai, dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Dalam bab ini juga dijelaskan struktur pembahasan yang akan diikuti, memberikan panduan bagi pembaca untuk memahami alur penelitian secara keseluruhan.

BAB II atau bagian kedua menyajikan penjelasan mengenai dasar teoritis yang mendukung penelitian ini, termasuk konsep-konsep utama dan teori yang relevan. Selain itu, disajikan pula tinjauan terhadap studi-studi terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian, pembentukan hipotesis yang akan diuji, serta kerangka berpikir yang digunakan sebagai landasan dalam menganalisis data penelitian.

Bab III atau bagian ketiga membahas secara mendetail mengenai jenis penelitian yang dilakukan, sumber data dan tipe data yang digunakan, serta kelompok dan sampel penelitian. Dijelaskan pula pengertian operasional variabel yang digunakan, alat penelitian yang dipakai untuk mengumpulkan data, serta metode analisis data yang akan diterapkan untuk menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian.

Bab IV atau bagian utama dari penelitian ini adalah bab keempat. Dalam bab ini, fokus diberikan pada pertanyaan-pertanyaan yang muncul selama perumusan masalah penelitian. Analisis dan interpretasi temuan penelitian disajikan secara mendalam untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, serta menghubungkannya dengan teori dan penelitian sebelumnya. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Bab V menyajikan rangkuman hasil dari analisis data yang telah dilakukan, mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi selama penelitian, serta memberikan rekomendasi yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan terkait. Rekomendasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis maupun teoretis untuk pengembangan lebih lanjut di bidang yang diteliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar kepada hasil data serta penjelasan di atas, mampu dihasilkan satu kesimpulan bahwasanya teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mendukung penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat individu terkait perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan *marketplace* yang mudah diakses secara digital. Variabel seperti penggunaan *digital payment*, *online shopping* dan *spending habits* terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan syariah juga memainkan peran penting sebagai moderasi, yaitu moderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan perilaku konsumtif.

Namun, literasi keuangan syariah memiliki efek sebagai pengaruh moderasi dalam memperlemah hubungan antara *spending habits* dengan perilaku konsumtif. karena adanya prinsip-prinsip yang mendorong individu untuk melakukan pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab menurut ajaran Islam. Ketika seseorang memiliki literasi keuangan syariah yang baik, mereka cenderung lebih sadar akan nilai-nilai penghematan, keadilan, dan keberkahan dalam pengelolaan keuangan. Ini berarti individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang tinggi lebih mungkin untuk mengontrol kebiasaan pengeluaran mereka secara lebih disiplin, menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, serta memprioritaskan penggunaan uang sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah

dapat memoderasi dampak negatif *spending habits* terhadap perilaku konsumtif dengan mendorong individu untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

B. Keterbatasan

Peneliti ini menggunakan penelitian tidak terhindar dari keterbatasan. Maka, ditemukan beberapa keterbatasan, salah satunya terkait dengan keterbatasan waktu dalam penyebaran kuesioner melalui media *online*. Hal ini membuat sulit untuk mendapatkan jumlah responden yang memadai dan karakteristik demografis yang representatif. Selain itu, jumlah sampel yang terbatas dari pengguna *marketplace* di Yogyakarta juga menjadi keterbatasan, karena tidak memperlihatkan keragaman yang mungkin ada dalam populasi tersebut secara keseluruhan. Ketergantungan pada tanggapan subjektif dari responden juga dapat memengaruhi validitas hasil penelitian, karena persepsi dan interpretasi individu dapat bervariasi.

C. Saran

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk terus mempelajari pemahaman atau informasi yang dapat mengkaji lebih jauh dan memperluas riset dengan menambahkan variabel lain yang diharapkan memiliki korelasi lebih besar dengan perilaku konsumtif. Selain itu, diperlukan untuk melakukan analisis yang mendalam terkait dengan bagaimana literasi keuangan syariah secara spesifik memoderasi hubungan antara variabel-variabel yang telah diteliti dengan perilaku konsumtif.

Penelitian selanjutnya juga bisa melihat bagaimana perilaku belanja orang berubah dari waktu ke waktu. Ini artinya, Para peneliti bisa menelusuri apakah ada perubahan dalam cara orang berbelanja *online* dari waktu ke waktu. Dengan cara ini, kita bisa memahami lebih baik apakah ada tren tertentu yang terjadi dalam perilaku belanja orang dari masa ke masa.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, E. M., Rahman, A. A., & Rahim, R. A. (2018). Adoption of Financial Technology (Fintech) in Mutual Fund/ Unit Trust Investment Among Malaysians: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *International Journal of Engineering & Technology*. doi:<https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13140>
- Abdullah, M. N., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Yayasan Insan Kamil dan Pustaka.
- Anjaswati, N., Baroroh, H., Faisal, M., Arifina, M., & Pujiyanti. (2022). Pengaruh Tingkat Kesadaran, Kontrol Diri dan Gaya Hidup terhadap Perencanaan Keuangan Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 219-227.
- Arif, K. (2015). Financial Literacy and Other Factors Influencing Individuals' Investment Decision : Evidence from a Developing Economy (Pakistan). *Journal of Poverty, Investment and Development*.
- Arohman, & Vianda, N. (2020). Analisis Pengaruh Online Shop terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa FEB UMPRI (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*.
- Berakon, I. (2020). *Tutorial Pengujian dan Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan WarpPLS 7.0 Riset Kuantitatif: Olah Data Primer*.
- Berakon, I., Mutmainah, L., Qoyum, A., & Aji, H. (2022). Muslim Intention to Participate in Retail CWLS: The Test of Mediation and Moderation Effects. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*.
- Boru, V., Lerik, M., & Kerat, M. (2021). Self-Control with Online Shopping Consumptive Behavior in Young Women in Oesapa Village. *Journal of Health and Behavioral Science*.
- Chita, R., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal e-Biomedik*.
- Cummins, M., Haskell, J., & Jenkins, S. (2009). Financial Attitudes And Spending Habits of University Freshmen. *Journal of Economics and Economics Education Research*.

- Dinc, Y., Cetin, M., & Jahangir, R. (2021). Islamic financial literacy scale: an amendment in the sphere of contemporary financial literacy. *ISRA International Journal of Islamic Finance*. doi:<https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2020-0156>
- Fadhilah, N., & Abadi, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal of Business & Applied Management*. doi:10.30813/jbam.v16i2.4293
- Fauzi, J., Setyono, H., Baidlowi, I., Hartono, & Ainiyah, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Edukasi Keuangan, dan Motivasi Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Majapahit). *JKA: Jurnal Kendali Akuntansi*, 73-88.
- Fauziah, G. U., & Nurochani, N. (2022). The Influence of Shopee's E-Commerce Features on Islamic Consumption Behavior: A Case Study of STEI Student Ar-Risalah Ciamis. *Islamic Economic Studies*. doi:<https://doi.org/10.36667/se.v6i1.1171>
- Fitriyani, N., Widodo, P., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*. doi:<https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Gaol, C. (2012). *Sistem Informasi Manajemen*. Grasindo.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2022). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hair, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When to use and howto report the results of PLS-SEM. In *European Business Review*. doi:<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. doi:<https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Harisandi, P., & Wiyarno. (2023). Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi ALFAGIFT-ALFAMART. *Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*. doi:<https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6712>
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan aplikasi structural equation modeling berbasis varian dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. doi:[https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Insana, D., & Johan, R. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi Jurnal Ekonomi*. doi:<https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>

- Karmayani, Nurzianti, R., & Pasarela, H. (2023). Tingkat Literasi Perbankan Syariah di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Penelitian*. doi:<https://doi.org/10.47492/jip.v3i9.2446>
- Kartini, Malabay, & Simorangkir, H. (2024). Memodelkan Proses Bisnis Pembayaran Transaksi Terpadu Berbasis Digital. *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*. doi:<https://doi.org/10.55338/jikomsi.v7i1.2766>
- Krystianti, L., Nurfadila, A., Sanah, & Dianita, R. (2022). Pentingnya Edukasi untuk Tingkatkan Literasi Keuangan pada Remaja Guna Mengatur Keuangan Pribadi Serta Investasi di Masa yang Akan Datang. *Jurnal Pengabdian Dharma Masyarakat*.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A., & Achmadi, T. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Kusumawati, D. (2023). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Motivasi Usaha terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Indonesia dan Dampaknya terhadap Penggunaan Paylater. *SKRIPSI, Universitas Islam Indonesia*.
- Lina, & Rosyid, H. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control Pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2006). Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Well-Being.
- Makmur, R. (2016). *Bisnis Online*. Bandung: Informatika.
- Masrohatin, S., & Khodijah, S. (2019). Spending Habits: Dimensi Sosial Ekonomi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Masyarakat. *Jurnal Fenomena*.
- Maulana, S., Khasanah, I., & Yusuf, A. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Financial Technology Bareksa Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*, 12, 527-545.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. (2022). Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Riau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado)). *Jurnal Ilmiah Society*.
- Nasution, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*. doi:[10.21043/equilibrium.v7i1.4258](https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258)
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen*. doi:<https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Novitasari, E., & Ayuningtyas, T. (2021). Analisis Ekonomi Keluarga dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*.

- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- OJK. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Olii, M., Pratiknjo, M., & Matheosz, J. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal UNSRAT*.
- Perwito, Samsu, & Gunadi. (2020). Pembelajaran Keuangan Terhadap Keputusan Investasi: Efek Mediasi Literasi Keuangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 118-130.
- Pratiwi, T. Y. (2023). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember. *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*. doi:<https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>
- Puspitasari, S., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. doi:<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Puteri, O., Purnomo, A., & Nugroho, P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*.
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan bisnis Islam Teori dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2, 290-298. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.8066301>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rosariana, B. (2021). Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial”. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>
- Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior(TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*.
- Salim, J., & Putranto, L. (2020). Analisis Pengaruh Layanan Belanja Online Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah dan Tempat Aktivitas dengan Metode SEM. *Jurnal Mitra Teknik Sipil*. doi:<https://doi.org/10.24912/jmts.v3i4.8420>

- Salsabila, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Pada E-Commerce. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. UK: John Wiley & Sons.
- Sekarningrum, F. A. (2020). Perancangan F Grip Multifungsi Sarana Alat Bantu Pembawa Tas Belanja Bagi Masyarakat Konsumtif. *Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*.
- Sihotang, S., & Ramadhani, R. (2021). Analisis Kemampuan Penggunaan Teknologi Informasi Mahasiswa dalam Pembelajaran Matematika di Era Pandemi Covid-19. *JURNAL ILMIAH MATEMATIKA DAN TERAPAN*. doi:<https://doi.org/10.22487/2540766x.2021.v18.i1.15492>
- Simarmata, R., Saerang, I., & Rumokoy, L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Soenjoto, W. P. (2023). Analisa Literasi Keuangan dan Peran Generasi Z dalam Menyokong Cashless Society di Indonesia. *Reinforce: Journal of Sharia Management*.
- Solihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. CV. Andi.
- Subagiyo, R. (2019). Era Fintech: Peluang dan Tantangan Bagi Ekonomi Syariah. *el-JIZYA: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Sutrisno, Y. (2012). *Financial Attitudes dan Spending habits di kalangan Mahasiswa Ditinjau dari Perbedaan Jenis Kelamin*. SKRIPSI, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Trianingsih, K., & Mahyuni, L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Intensitas Penggunaan Mobile Payment Terhadap Spending Habits. *Jurnal Media Bina*. doi:<https://doi.org/10.33578/mbi.v17i9.375>
- Wahyuni, N., & Istiana. (2022). Pengaruh Belanja Online di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Universitas Medan Area. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*. doi:<https://doi.org/10.51849/j-p3k.v3i2.170>
- Wati, S. E. (2020). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: Seribu Bintang.



LAMPIRAN KUESIONER

Lampiran Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb.

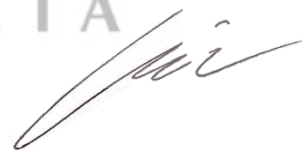
Perkenalkan saya mahasiswi Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Saat ini saya sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penggunaan *Digital Payment*, *Online Shopping* dan *Spending Habits* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pengguna *Marketplace* di Yogyakarta)**”. Mohon kesediaan saudara/i untuk bersedia meluangkan sedikit waktu guna untuk mengisi kuesioner dengan tujuan pengambilan data penelitian tugas akhir pendidikan saya.

Dalam penelitian ini identitas diri responden akan dijaga kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas kesediaan dan bantuan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.WB.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Peneliti



Rr. Nur'Adila Adrynabila

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
3. Usia :
 - a. 17 – 20
 - b. 21 – 25
 - c. > 25
4. Pendidikan :
 - a. SMA
 - b. S1
 - c. S2
 - d. Lainnya
5. Pendapatan/Uang Saku Perbulann :
 - a. < Rp500.000
 - b. Rp500.000 – Rp1.500.000
 - c. > Rp1.500.000
6. Sistem pembayaran pada *e-commerce* yang sering anda gunakan :
 - a. *E-Wallet* (Dana, Shopeepay, dll)
 - b. *Cash On Delivery* (COD)
 - c. *Paylater*
7. Pengalaman menggunakan *marketplace* :
 - a. Sudah Pernah Menggunakan
 - b. Belum Pernah Menggunakan
8. Berapa kali anda berbelanja di *marketplace* dalam sebulan :
 - a. < 5 kali
 - b. > 5 kali
9. Pengeluaran untuk *e-commerce* dalam sebulan :
 - a. Rp100.000
 - b. Rp100.000 – Rp250.000
 - c. > Rp250.000
10. Barang apa yang biasa atau sering dibeli di *marketplace*:
 - a. Pakaian
 - b. Perlengkapan Rumah
 - c. Buku dan Alat Tulis
 - d. Perawatan dan Kecantikan
 - e. Elektronik
 - f. Makanan dan Minuman
11. Saat anda membeli barang di *marketplace* apakah sesuai kebutuhan atau sekedar mengikuti keinginan:
 - a. Sesuai Kebutuhan
 - b. Mengikuti Keinginan

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk pengisian : Jawablah pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Penggunaan *Digital Payment*

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis dengan <i>digital payment</i>					
2	<i>Digital payment</i> sangat efektif dalam membantu pembayaran kebutuhan sehari-hari (transportasi, online shopping, pulsa, dan lain-lain)					
3	Dengan adanya <i>digital payment</i> kita dapat melakukan transaksi pembayaran dimanapun dan kapanpun selama terhubung dengan koneksi atau jaringan internet					
4	Selama awal pemakaian hingga saat ini saya merasa aman menggunakan <i>digital payment</i>					
5	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena pengaruh orang-orang di sekitar saya					
6	Saya merasa yakin dapat menggunakan <i>digital payment</i> tanpa bantuan orang lain					
7	<i>Digital payment</i> paling sering saya gunakan untuk online shopping					

Online Shopping

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya ketika membeli barang/produk melalui <i>marketplace</i> manapun					
2	Saya mendapatkan apa yang dicari ketika membeli barang/produk melalui <i>marketplace</i> manapun					
3	Ber- <i>online shopping</i> menghemat waktu untuk menemukan penjual, mencari barang, dan melakukan penawaran					
4	Informasi produk/barang yang ditawarkan melalui <i>marketplace</i> mudah dipahami					
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas					
6	Harga produk <i>online shop</i> lebih terjangkau untuk konsumen					
7	<i>Marketplace</i> yang digunakan dapat di akses kapanpun dan dimanapun					

Spending Habits

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merencanakan dan mengatur anggaran sebelum berbelanja					
2	Membuat rencana sebelum membeli kebutuhan pokok dapat membantu mengontrol pengeluaran					
3	Penggunaan aplikasi atau alat digital dapat memudahkan dalam mengelola pengeluaran					
4	Penting bagi saya untuk memiliki tabungan sebagai bagian dari kestabilan keuangan					
5	Saya memiliki strategi tertentu untuk mengatasi godaan untuk menghabiskan daripada menabung					

6	Saya membuat daftar belanja untuk kebutuhan					
7	Saya sering berbelanja di luar anggaran bulanan					

Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk yang memiliki tampilan menarik					
2	Saya membeli produk tersebut membuat saya percaya diri					
3	Ketika saya melihat apa pun yang saya suka secara langsung ataupun di internet, saya segera membelinya					
4	Saya sering merasa tertarik untuk membeli ketika ada barang baru di toko <i>online</i>					
5	Saya membeli produk baru sebelum produk lama terpakai atau habis					
6	Saya melakukan pembelian hanya untuk kesenangan dan perasaan puas					
7	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya					
8	Saya membeli suatu produk karena terpengaruh oleh iklan					
9	Saya berasumsi ketika barang mahal pasti mencerminkan kualitas yang lebih baik					
10	Saya membeli produk mengikuti apa yang sedang menjadi tren dan populer					

Literasi Keuangan Syariah

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengelola keuangan dengan baik berdasarkan prinsip-prinsip syariah					
2	Saya menggunakan produk atau layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah					

3	Saya mencari informasi atau belajar tentang keuangan syariah					
4	Saya memiliki pengetahuan dan pemahaman bahwa perilaku konsumtif bertentangan dengan keuangan syariah					
5	Pemahaman tentang keuangan syariah mengajarkan saya untuk melakukan pembelian sesuai kebutuhan dan manfaat dalam jangka panjang					
6	Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan syariah menyadarkan saya untuk hidup sederhana					
7	Saya menyadari pentingnya prinsip-prinsip keuangan syariah dalam mengelola keuangan pribadi					

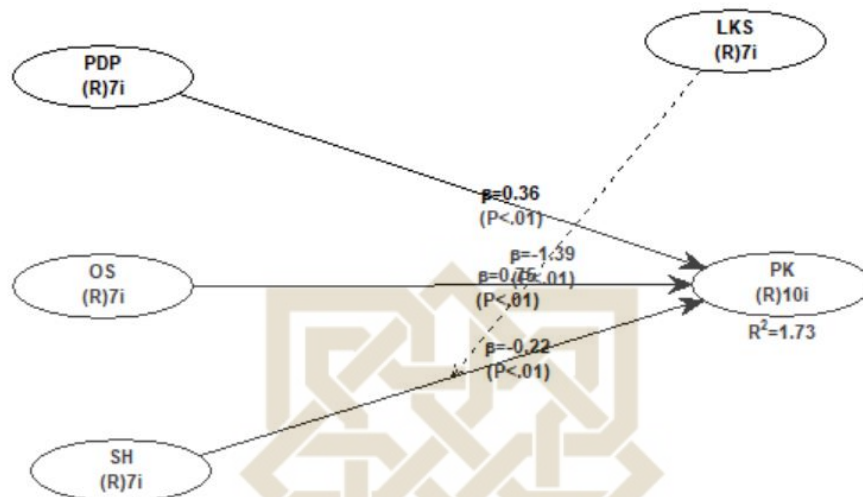
LAMPIRAN HASIL DATA KUESIONER

[illegible]

5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3		
4	5	5	4	4	5	4	2	2	1	1	2	1	2	4	5	4	5	4	5	4	1	2	2	1	2	
5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
4	5	4	4	5	5	4	1	2	2	1	1	2	1	4	4	5	4	4	5	2	1	2	1	2		
4	5	5	4	4	5	5	1	2	1	2	2	4	4	5	4	5	4	4	5	2	1	2	1	1		
4	4	5	4	5	4	4	2	1	1	2	1	4	5	4	5	4	4	5	2	1	2	1	2	2		
4	5	4	4	5	5	4	2	1	2	2	1	4	5	4	4	5	4	4	1	2	2	1	2	1		
5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4		
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4		
5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4		
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5		
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5		
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	4		
4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4		
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
2	1	1	2	3	3	1	3	2	2	1	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3	1	2	1	3	2	
2	1	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	3	
2	2	1	2	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	3	
2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	
2	3	2	1	2	2	1	2	3	1	1	3	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2
2	2	1	2	1	1	2	4	5	4	5	4	5	1	2	1	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	
4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	
5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	
4	5	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5</																							

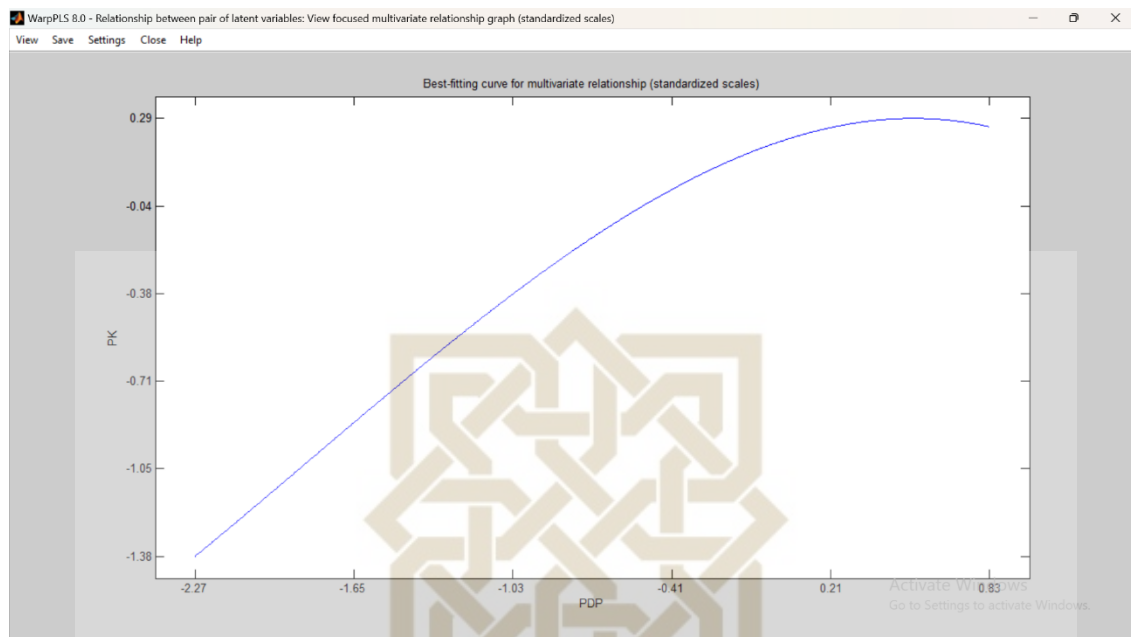
5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5
1	1	2	1	2	2	5	4	5	4	5	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	5	4	5
2	1	2	2	1	2	1	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	4	5	4
2	2	1	2	1	1	2	5	4	5	5	4	5	4	2	1	1	2	2	1	2	1	2	5	4	4	
1	1	2	2	1	1	2	5	4	5	4	4	4	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	4	5	4
4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	
2	1	1	3	2	1	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	1	2	2	2	
3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	
4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	3	5	
3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	1	2	1	1	3	2	2	1	1	
5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	
2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	1	3	1	2	1	3	2	1	2	2	1	1	
5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	
2	1	2	3	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	
4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	
4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	
3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	
2	1	1	2	2	3	2	1	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	
2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	1	2	
5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	

LAMPIRAN HASIL OLAH DATA

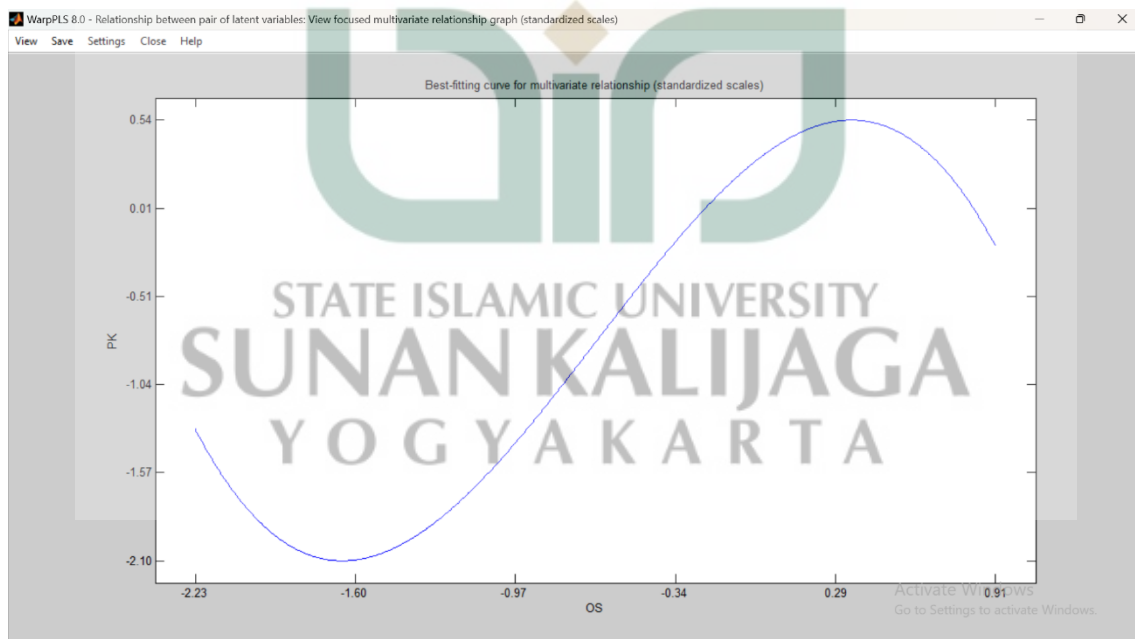


LAMPIRAN HASIL LINEAR DAN NON-LINEAR

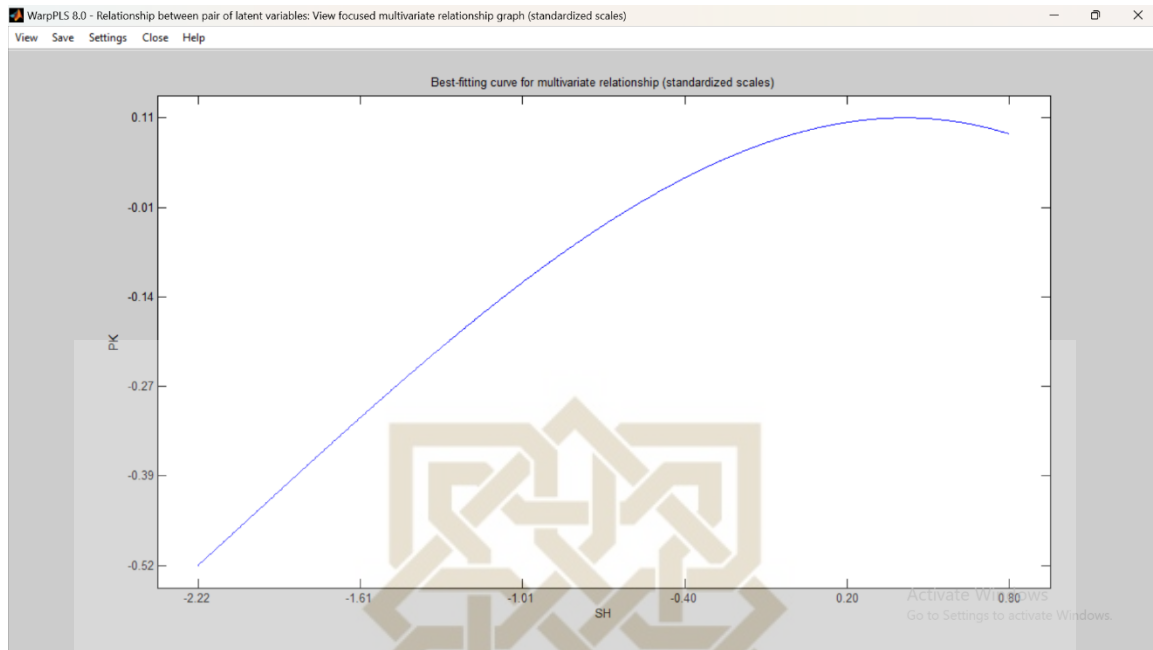
Hasil linear penggunaan *digital payment*



Hasil linear *online shopping* terhadap perilaku konsumtif



Hasil linear *spending habits* terhadap perilaku konsumtif



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA