

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI APLIKASI
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Oleh:
ADELIYA GITA SILVIANA PUTRI
NIM:212105010010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI APLIKASI
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
ADELIYA GITA SILVIANA PUTRI
NIM:212105010010

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI APLIKASI
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Progam Studi Perbankan Syariah

Oleh:

ADELIYA GITA SILVIANA PUTRI
NIM:212105010010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Siti Alfiyah, S.E.I, M.E
NIP.198701282023212028

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI APLIKASI
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Rabu
Tanggal: 19 Maret 2025
Tim Penguji

Ketua



Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak.
NIP. 198803012018012001

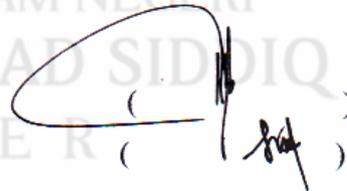
Sekretaris



Putri Catur Ayu Lestari, S.E.I., M.A.
NIP. 199206062020122010

Anggota:

1. Dr. Sofiah, M.E
2. Siti Alfiah, S.E.I, M.E



Menyetujui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin dan orang yang dala perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (QS. Al-Isra [17]:26).¹



¹ Kementerian agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan* (Jakarta, 2019).hlm 396

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah Swt, yang telah memberikan Rahmat serta hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana dengan lancar. Dengan penuh rasa syukur dan bangga bisa sampai titik ini, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua saya, Bapak Setyo Prayitno dan Ibu Erfina Nafi'ah yang saya cintai dan saya banggakan, terimakasih telah menjadi motivasi dan semangat hidup bagi saya untuk terus belajar mengenai arti sebuah pencapaian tanpa batas. Karena tidak ada kata seindah apapun selain doa yang tiada henti yang paling tulus dari kedua Orang Tua.
2. Adik Saya, Minhajul Fahri Adh-dhohir. Terimakasih telah memberikan semangat untuk terus berjuang dan melangkah kedepan tanpa melihat pahit manisnya kehidupan.
3. Kepada Kakek dan Nenek saya Esi, Musidi, Suharsih, Solehah, Laskan (Alm) dan Ibu Sumitri (Alm) yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan pendidikan sampai selesai.
4. Terima kasih untuk keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material.
5. Untuk seluruh Guru-Guru saya sejak SD, SMP, SMA tanpa terkecuali yang telah memberikan saya banyak ilmu.
6. Teruntuk teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2021 khususnya kelas Perbankan Syariah 02 yang selalu memberikan support

untuk terus berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu, dan terimakasih atas rasa kekeluargaan, kebersamaan yang selalu diberikan.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunianya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk umatnya yang mendapatkan syafaatnya di yaumul qiyamah.

Kelancaran penulisan ini juga tidak terlepas dari peran dan dukungan berbagai pihak yang telah setia menemani, memberikan masukan dan bimbingan serta semangat sehingga peneliti mendapatkan pencerahan dan motivasi untuk terus berupaya menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa”. terselesainya penyusunan skripsi ini tak lepas dari bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M., CPEM. Selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dikampus ini.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan serta menyediakan fasilitas untuk mahasiswa dalam proses perkuliahan.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang selalu merangkul serta memberikan dukungan tanpa henti kepada seluruh mahasiswa.

4. Ana Pratiwi, SE.,AK., MSA Selaku Koordinator program Studi Perbankan Syariah yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama perkuliahan.
5. Ibu Siti Indah Purwaning Yuwana,S.Si.,MM Selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan dukungan terkait akademik.
6. Ibu Siti Alfiah, S.E.I,M.E Selaku Pembimbing saya dalam menyelesaikan skripsi, Terimakasih atas arahan, bimbingan, perhatian dan kesabaran yang diberikan sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan sesuai harapan.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terimakasih atas ilmu, bimbingan dan bantuannya. Semoga mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun penulis akan terima. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan. Terimakasih kepada semua yang telah membantu, membimbing, dan memotivasi penulis. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

Jember. 18 Februari 2025

Adeliya Gita Silviana Putri
NIM 212105010010

ABSTRAK

Adeliya Gita Silviana Putri, Siti Alfiah, S.E.I, M.E 2025: Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa

Kata Kunci: ShopeePay, Perilaku Konsumtif

Di era digital saat ini, penggunaan dompet digital seperti ShopeePay semakin meningkat di kalangan mahasiswa karena kemudahan transaksi, promo menarik, dan fitur praktis yang ditawarkan. Kondisi ini mendorong mahasiswa menjadi lebih konsumtif, sering membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan dan tren. Akibatnya, perilaku konsumtif muncul tanpa perencanaan keuangan yang baik, dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepuasan diri dan faktor eksternal seperti diskon dan tekanan lingkungan. Fenomena ini penting dikaji karena dapat berdampak pada gaya hidup dan pola konsumsi mahasiswa, sekaligus bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan dalam ajaran Islam.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang menarik untuk dikaji yaitu bagaimana perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna ShopeePay cenderung memiliki perilaku konsumtif, ditandai dengan seringnya membeli barang-barang seperti *skincare*, pakaian, *make up*, dan barang trendi lainnya bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena tergoda promo, tampilan produk menarik, dan dorongan untuk mengikuti tren. Praktisnya penggunaan ShopeePay memudahkan mahasiswa bertransaksi tanpa pertimbangan matang, sementara kebebasan mengatur keuangan sendiri membuat mereka lebih rentan terhadap perilaku belanja berlebihan, khususnya untuk barang gaya hidup. Secara keseluruhan, ShopeePay turut berperan mendorong pola konsumsi yang tidak terkontrol di kalangan mahasiswa.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	27
BAB III METODE PENELITIAN	40

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Subjek Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Analisis Data.....	45
F. Keabsahan Data.....	48
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	50
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	50
B. Penyajian Data dan Analisis.....	52
C. Pembahasan Temuan.....	62
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73
Lampiran 1 : Matriks Penelitian.....	73
Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan.....	74
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara.....	75
Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian.....	76
Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian.....	77
Lampiran 6 : Jurnal Kegiatan Penelitian.....	78
Lampiran 7 : Surat Plagiasi.....	79
Lampiran 8 : Surat Selesai Bimbingan.....	80
Lampiran 9 : Bukti Dokumentasi Wawancara.....	81
Lampiran 10 : Biodata Penulis.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 22



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	52
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era digital saat ini, penggunaan *Financial Technology (FinTech)* di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Hal ini mendorong orang untuk beralih dari transaksi tunai ke metode pembayaran non-tunai. Beberapa contoh metode pembayaran non-tunai meliputi kartu debit dan *e-money*. Pembayaran *online* dan kredit *online* kini menjadi beberapa pilihan yang populer.² *Financial Technology (FinTech)* merupakan perusahaan yang bergerak di sektor jasa keuangan dengan penerapan teknologi. Ini juga merujuk pada segmen dalam dunia startup yang berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan, mengubah, dan mempercepat berbagai layanan keuangan. *FinTech* menyediakan berbagai aktivitas seperti pembayaran, transfer uang, pinjaman, penggalangan dana, hingga manajemen aset dapat dilakukan dengan cepat dan efisien berkat teknologi modern.³

Perkembangan teknologi pada saat ini, memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara dengan kemajuan yang berlangsung sangat cepat. Sejak tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dalam rangka menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar, meningkatkan efisiensi transaksi agar masyarakat tidak perlu lagi membawa

² Amelia Munifa, "Preferensi Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.(Studi Pada Pengguna Gopay ...," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, (2019), 1–12.

³ Hakim, Lukmanul, and Recca Ayu Hapsari. *Buku Ajar Hukum Teknologi Keuangan LAW, Adanu Abimata*, 2022.

uang tunai dalam jumlah besar, dan meminimalisasi kendala dalam pembayaran tunai, seperti kesalahan hitung (*human error*) dan uang tidak diterima karena lusuh/sobek/tidak layak edar.⁴ Hampir semua kegiatan manusia kini dipengaruhi oleh teknologi, terutama dalam hal metode pembayaran. Dengan inovasi teknologi terkini, penggunaan uang tunai, termasuk kartu ATM, debit, kredit, dan transfer, mulai bertransformasi menuju sistem pembayaran elektronik yang memanfaatkan akun prabayar dengan keamanan kata sandi, di mana pengguna dapat menyimpan uang sebagai saldo untuk transaksi online, yang dikenal sebagai dompet digital⁵

Ada beberapa dompet digital di Indonesia diantaranya, ShopeePay, Ovo, Gopay, Dana dan Link aja. Namun masyarakat di Indonesia lebih banyak yang memilih menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Berdasarkan data dari Fintechnesia,⁶ pangsa pasar dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia dikuasai oleh ShopeePay dengan presentase 68% pada tahun 2021. Ini menunjukkan bahwa ShopeePay memiliki penetrasi pasar tertinggi dibandingkan dengan dompet digital lainnya. Selain itu, ShopeePay juga menguasai pangsa pasar *e-wallet* di Indonesia karena terintegrasi dengan *e-commerce* Shopee, yang memudahkan konsumen saat berbelanja *online*. ShopeePay merupakan layanan mata uang digital yang berfungsi sebagai metode pembayaran serta

⁴ Yustisiana Susila Atmaja and Darminto Hartono Paulus, "Partisipasi Bank Indonesia Dalam Pengaturan Digitalisasi Sistem Pembayaran Indonesia," *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 3 (2022): 271–86, <https://doi.org/10.14710/mmh.51.3.2022.271-286>.

⁵ Winna Lailatul Isna, Lathifah Nuriyatus Sholihah, and Silvani Maya Kristina, "Dampak Fitur 'Shopeepay' Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat," *Prosiding Seminar Nasional*, (2023), 144–57.

⁶ Fintechnesia.com, "Inilah Klasemen Sementara Uang Elektronik Yang Paling Banyak Digunakan," 2021, <https://fintechnesia.com/2021/03/03/inilah-klasemen-sementara-uang-elektronik-yang-paling-banyak-digunakan/>.

tempat penyimpanan pengembalian dana dari *e-commerce* Shopee.⁷ Saat ini, ShopeePay tidak hanya terbatas untuk transaksi di Shopee, tetapi juga dapat digunakan di berbagai merchant yang bekerja sama dengan ShopeePay. ShopeePay telah menjadi *e-wallet* yang paling populer dan banyak digunakan, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh keterkaitannya yang langsung dengan *e-commerce* Shopee, yang juga merupakan *platform* yang banyak digunakan di kalangan mahasiswa.⁸ ShopeePay dapat digunakan untuk berbelanja *online* dan juga untuk melakukan pembayaran di *merchant offline* maupun *online* yang telah berkolaborasi dengan Shopee.⁹

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi ShopeePay menawarkan banyak keuntungan yaitu, diantaranya gratis ongkir, potongan harga dan lainnya. Ini membuat seseorang lebih cepat dalam mengeluarkan uang untuk berbelanja. Perilaku mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi, cenderung memanfaatkan berbagai kemudahan digital untuk berbelanja dengan lebih efisien dan cepat. Dengan tersedianya akses internet yang luas serta beragam fitur dalam aplikasi pembayaran digital, mereka semakin terbiasa melakukan transaksi secara *cashless* dan lebih tertarik pada berbagai penawaran promo dari *platform* belanja.

⁷ Siti Indah et al., "Siti Indah Purwaning Yuwana Dan Ayu Wulandari Pengaruh Brand Pride," *Web Design Quality*, ... 3, no. 2 (2023), www.kompas.com.

⁸ IDN Times jakarta, "Ini Daftar E-Commerce Paling Digandrungi Gen Z'." 2023, <https://www.idntimes.com/business/economy/trio-hamdani/ini-daftar-e-commerce-paling-digandrungi-gen-z>.

⁹ Azka Fikri, "Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu," *Komunika* 17, no. 2 (2021): 1–11, <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>.

Terutama berlaku bagi mahasiswa yang ingin selalu mengikuti tren modern yang muncul akibat perkembangan teknologi yang pesat. Kenyamanan ini menciptakan gaya hidup yang efisien dan konsumtif. Konsumsi barang tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi beralih menjadi alat untuk memuaskan keinginan. Dalam proses membeli, konsumen tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan barang, sering kali membeli barang yang tidak diperlukan secara berlebihan, dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, tanpa ada skala prioritas. Hal ini mencerminkan perilaku konsumtif yang muncul akibat penggunaan dompet digital ShopeePay.¹⁰

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan menggunakan produk yang belum habis. Ini berarti seseorang sudah menggunakan produk tertentu tetapi kemudian membeli produk serupa dari merek lain, atau membeli barang karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan, atau hanya karena banyak orang lain yang menggunakannya. Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis dalam kehidupannya, yang mendorong mereka untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau boros dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang mungkin kurang atau bahkan tidak diperlukan. Gaya hidup konsumtif ini mencakup seluruh

¹⁰ Lidya Virginia Priscilia and Nurman Setiawan Fadjar, "Pengaruh Penggunaan Dompet Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)," *Journal Of Development Economic And Social Studies* 3, no. 1 (2024): 189–99, <http://dx.doi.org/10.21776/jdess.2024.03.1.15>.

kelompok remaja, termasuk mahasiswa.¹¹ Perilaku konsumtif sering kali muncul di kalangan generasi muda, terutama di kalangan mahasiswa, karena mereka berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan mereka. Umumnya, mereka ingin tampil selalu *trendy*, yang mendorong perilaku konsumtif mereka. Seperti fenomena yang semakin terlihat sekarang adalah meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, seperti membeli *skincare* dalam jumlah berlebihan, membeli pakaian dalam jumlah yang tidak sesuai dengan kebutuhan, hingga produk-produk *lifestyle* lainnya yang hanya mengikuti tren. Mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua seringkali mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan karena mereka memiliki kebebasan penuh dalam mengatur keuangan. Akibatnya, pengeluaran untuk kebutuhan sekunder dan tersier menjadi lebih besar dibandingkan dengan kebutuhan primer seperti makanan dan minuman.

Selaras dengan penelitian Lukmanul Hakim menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan membeli barang yang tidak selalu diperlukan, melainkan lebih didorong oleh keinginan atau sekadar untuk memberi penghargaan diri.¹² Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku ini meliputi aspek internal, seperti dorongan emosional dan kepuasan diri, serta faktor eksternal, seperti penawaran diskon, fitur yang menarik, dan

¹¹ Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani, "Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)," *Journal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021): 1–10.

¹² Lukmanul Hakim, "Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020 Skripsi Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020," 2024.

kemudahan yang disediakan oleh aplikasi seperti Shopee. Teknologi *e-commerce* mempermudah pembelian, namun sering kali mendorong perilaku impulsif yang dapat berdampak buruk jika tidak dikendalikan, terutama bagi mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya memengaruhi pola hidup, tetapi juga mengubah fokus mahasiswa dari kebutuhan utama menjadi pembelian yang didasari oleh gengsi atau tren sosial.

Dalam ajaran Islam, perilaku seorang konsumen (orang yang membelanjakan hartanya) harus mencerminkan religiusitasnya kepada Allah SWT.¹³ Salah satu bentuk syukur atas rezeki yang diberikan Tuhan adalah dengan memanfaatkannya sebaik-baiknya. Setiap tindakan konsumsi sehari-hari seorang Muslim seharusnya merupakan bentuk zikir kepada Tuhan. Dengan demikian, dia lebih membatasi dirinya dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Perilaku konsumtif dapat dihubungkan dengan istilah tabzir, yang berarti pemborosan. Seorang Muslim yang benar-benar mematuhi ajaran Islam seharusnya tidak melakukan tabzir, karena tabzir adalah tindakan boros yang dilakukan secara sadar hanya untuk memenuhi keinginan nafsu.¹⁴ Terkait dengan budaya konsumtif, Islam sangat tidak menganjurkannya; bahkan, Al-Qur'an menjelaskan dalam Surat Al-A'raf ayat 31:

¹³ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006).

¹⁴ Dalam Tafsir and A L Azhar, "Gaya Hidup Konsumtif Perspektif Al Quran (Studi Ayat Ayat Tabzir Dan Israf Dalam Tafsir Al Azhar)," 2023.

يَبْنِي ۚ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
 إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿١٧٥﴾

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih lebihan”.

Dari ayat Al-Qur'an tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa syariat Islam tidak mengajarkan perilaku berlebihan dalam konsumsi. Dengan memahami lebih dalam ayat dan hadis tersebut, manusia diharapkan dapat membatasi keinginan nafsu mereka sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya. Dengan demikian, manusia diharapkan dapat menahan diri untuk tidak memilih barang-barang yang dilarang oleh syariat Islam, serta menghindari sifat kikir dan tamak, demi mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Sebagai umat Muslim, kita seharusnya patuh terhadap perintah Tuhan dan Rasul-Nya, dengan menjaga perilaku, menjalankan perintah-Nya, dan menjauhi larangan-Nya. Selalu memperhatikan manfaat dan kesejahteraan dalam setiap tindakan, bukan berlebihan demi kesenangan dunia yang bersifat sementara.¹⁵

Kemunculan teknologi modern seperti aplikasi ShopeePay yang berfungsi sebagai dompet elektronik, banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa

¹⁵ Yogi Perdana, Imam, “Penafsiran Fakhruddin Al-Râzi Tentang Ayat-Ayat Isrâf Dan Tabdzîr Serta Relevansinya Dengan Kehidupan Modern,” *Hadharah: Jurnal Keislaman Dan Peradaban* 12 No.2, no. 0216–5945 (2018): 2–18, <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/hadharah>.

dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, di sisi lain, kemudahan ini seringkali membuat mereka lebih fokus pada gaya hidup dan gengsi, sehingga mendorong keinginan untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan atau kondisi ekonomi. Kebiasaan ini dapat membentuk perilaku konsumtif yang merugikan, baik secara moral maupun spiritual. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay dalam penelitian yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa”

B. Fokus Penelitian

Bagaimana perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi apa saja yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dari penelitian ini dapat berguna bagi penulis, organisasi terkait, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹⁶ Manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022).30

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini dapat menghasilkan informasi, pemahaman ilmiah, serta wawasan baru yang bisa merangsang pemikiran, sehingga penelitian ini berjalan dengan bermakna dan bermanfaat, baik bagi penulis maupun pembaca.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini adalah bagian penting dari perjalanan studi untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Progam Studi Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini tidak hanya menjadi sarana untuk memenuhi persyaratan akademis, tetapi juga sebagai wadah untuk memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti dalam menulis karya ilmiah yang benar. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait tentang penggunaan aplikasi ShopeePay sebagai dompet digital yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi *online*.

b. Bagi Lembaga UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan bagi Lembaga mengenai bagaimana penggunaan aplikasi ShopeePay dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat

menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk memahami lebih lanjut tentang perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Peneliti selanjutnya bisa mengembangkan teori yang ada dengan menyelidiki lebih jauh dan lebih luas, termasuk pengaruh sosial dan psikologis terhadap mahasiswa.

E. Definisi Istilah

Definisi merupakan istilah penting yang menarik perhatian penelitian. bagian ini berupa kata-kata yang mungkin nantinya akan sulit dipahami maka penulis akan menjelaskan secara singkat arti kata-kata tersebut dalam topik penelitian sebagai berikut:¹⁷

1. Shopeepay

ShopeePay adalah layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran *online* di aplikasi Shopee, serta untuk transaksi *offline* di merchant yang menerima ShopeePay. Fitur ini memungkinkan pengguna menyimpan pengembalian dana untuk digunakan dalam pembayaran pesanan. ShopeePay juga menawarkan berbagai keuntungan, seperti *cashback*, gratis ongkir, transfer antar pengguna tanpa biaya, dan

¹⁷ Tim Penyusun.

kemudahan pengisian saldo di minimarket terdekat. Selain itu, ShopeePay merupakan salah satu *e-wallet* populer di Indonesia.¹⁸

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.¹⁹ Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan membeli barang, sering dilakukan secara berlebihan, sehingga mengakibatkan pemborosan dan penggunaan sumber daya yang tidak efisien. Pembelian ini tidak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memuaskan keinginan. Konsumtif berarti seseorang yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan boros. Sementara itu, perilaku penggunaan menunjukkan kecenderungan yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional untuk membeli atau mengambil sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan, karena individu tersebut lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.²⁰

¹⁸ Gita Nadia and Driya Wiryawan, “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay Di Bandar Lampung),” *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 185–98, <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13486>.

¹⁹ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (NEM, 2021).6

²⁰ Andi Basru Wawo, Safaruddin, and Nurul Qalbi, “Pengaruh Penggunaan Dompet Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 02 (2023): 142–53.

F. Sistematika Pembahasan

Kajian ini mempunyai lima bab yang masing-masing bab ditulis secara sistematis:

BAB 1: Pendahuluan, bab ini merupakan dasar dalam sistematika penelitian skripsi, yang mengemukakan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, definisi istilah, dan sistematika penelitian. Hal tersebut berfungsi sebagai gambaran skripsi secara umum.

Bab II: Kajian Kepustakaan, bab ini berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

BAB III: Metode Penelitian, bab ini berisi tentang metode yang digunakan peneliti meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V : Kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyajikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, lalu merangkumnya, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan (seperti skripsi, tesis, disertasi, dan artikel dalam jurnal ilmiah, serta lainnya).²¹ Diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang ditulis oleh Dwi Amanatun Nisa dengan judul Analisis Perilaku Konsumtif Remaja terhadap penggunaan *ShopeePay* Ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam Studi Kasus pada Desa Pagerbarang

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengkaji perilaku konsumtif remaja di Desa Pagerbarang dalam penggunaan *ShopeePay* serta menganalisisnya dari perspektif etika ekonomi islam. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik *snowball sampling* dengan pengumpulan data melalui wawancara. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh diskon, promo, kemudahan transaksi, dan tekanan sosial. Remaja cenderung belanja impulsif yang dipicu oleh kebutuhan emosional dan rendahnya literasi keuangan.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu lebih berfokus perilaku konsumtif remaja pada

²¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021).59.

prespektif islam, sedangkan peneliti lebih menekankan aspek perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks sosial tanpa memasukkan etika islam. Namun, ada persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif dalam penggunaan ShopeePay, dan keduanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.²²

2. Penelitian yang ditulis oleh Tiara Ledy Afista dengan judul Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital *E-Wallet* DANA

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui dan menganalisis perilaku Gen-Z terhadap digital *e-wallet* Dana. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah analisis data sekunder serta menggunakan analisis studi kepustakaan dengan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat tiga alasan mendasar yang mendukung perilaku konsumtif Gen-Z saat ini, yaitu pelayanan dan fitur menarik, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan *e-wallet* itu sendiri.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada aplikasi Dana sedangkan peneliti hanya berfokus pada aplikasi ShopeePay. Namun, ada persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas tentang perilaku konsumtif

²² Dwi Amanatun Nisa and Nurul Wulandari Putri, "Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Penggunaan ShopeePay Ditinjau Dari Etika Konsumsi Dalam Islam Studi Kasus Pada Desa Pagerbarang," 2025.

dalam menggunakan *e-wallet* sebagai dompet metode pembayaran digital.²³

3. Penelitian yang ditulis oleh Yudi Saputra Dengan Judul Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay Dan Fitur Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan ShopeePay dan gratisongkir terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa STABN Sriwijaya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan metode fenomenologi dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil pembahasan dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa peran menggunakan metode pembayaran ShopeePay dan fitur gratis ongkir dapat menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan Mahasiswa STABN Sriwijaya.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu menggunakan kualitatif dengan metode fenomenologi, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif. Namun, ada persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa yang berkaitan dengan penggunaan ShopeePay.²⁴

²³ Tiara Ledy Afista et al., "Analisis Perilaku Konsumtif Gen-z Terhadap Digital e-Wallet DANA," *Jurnal Pendidika Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3344–50.

²⁴ Yudi Saputra and Edi Ramawijaya Putra, "Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay Dan Fitur Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang" 1, no. 2 (2024): 77–85.

4. Penelitian yang ditulis oleh Lukmanul Hakim dengan judul Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2020

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui penggunaan aplikasi Shopee sebagai *E-Commerce* terhadap perilaku konsumtif prodi KPI UIN KHAS Jember angkatan 2020. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode *purposive*, Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil Pembahasan dari penelitian terdahulu adalah Penggunaan *e-commerce* Shopee pada mahasiswa dapat dikatakan sering, yang dimana hampir setiap hari mereka membuka aplikasi Shopee walaupun tujuan utama mereka tidak ingin membeli sesuatu. Sebagian kecil dari mereka membuka aplikasi Shopee hanya karena ingin mendapatkan hiburan dan kesenangan, Secara umum, mahasiswa merasa puas dengan penggunaan aplikasi Shopee. Hampir semua dari mereka menyatakan kepuasan karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh *e-commerce* ini, seperti diskon, gratis ongkir, banyaknya pilihan barang, dan kemudahan dalam mencari produk.²⁵

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu lebih fokus pada aplikasi Shopee sedangkan peneliti fokus pada aplikasi ShopeePay. Namun, ada persamaan di dalam kedua

²⁵ Hakim, "Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020 Skripsi Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020."

penelitian ini yaitu keduanya meneliti tentang perilaku konsumtif mahasiswa dan menggunakan pendekatan kualitatif.

5. Penelitian yang ditulis oleh Sarah Yuliani Azzahra dengan judul Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePay dan Gopay

Tujuan dengan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui perbandingan perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePay dan Gopay. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tidak terdapat perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePay dan Gopay.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu berfokus pada aplikasi Gopay dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Namun, ada persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan dompet digital dengan fokus pada aplikasi ShopeePay.²⁶

6. Penelitian yang ditulis oleh Vella Adelia Dengan Judul Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Metode Pembayaran ShopeePay Dan COD Pada Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Riau

²⁶ Sarah Yuliani Azzahra, Dian Alfia Purwandari, and Shahibah Yuliani, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePay Dan Gopay," *Journal Of Social Science Research Volume 4* (2024): 8527–36.

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk melakukan analisis perilaku konsumtif pengguna Shopee dalam metode pembayaran ShopeePay dan COD pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa 95,5% atas penggunaan aplikasi Shopee dan 4,5% yang tidak menggunakan aplikasi Shopee, hal ini cukup untuk menunjukkan bahwa aplikasi Shopee memang sangat populer pada metode pembayaran COD sebesar 67,6%, hal ini menunjukkan bahwa COD lebih banyak digunakan dibandingkan dengan metode pembayaran ShopeePay yang hanya sekitar 32,4%.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu membandingkan antara ShopeePay dan COD, sedangkan peneliti hanya fokus pada ShopeePay. Namun, ada persamaan antara kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan meneliti penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran beserta dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.²⁷

7. Penelitian yang ditulis oleh Winna Lailatul Isna dengan judul Dampak Fitur ShopeePay Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat

²⁷ Nelsy Hemilia Vella Adelia, "Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Metode Pembayaran ShopeePay Dan COD Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau," *Jurnal Ekonomi Akuntansi* 1, no. Persediaan (2023): 1–12.

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui seberapa konsumtif masyarakat dalam penggunaan ShopeePay dalam kehidupan sehari-hari. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui pengumpulan data (*kuisisioner*), wawancara dan diamati. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fungsi ShopeePay di Shopee meningkatkan gaya hidup konsumtif masyarakat, terbukti banyaknya responden yang menggunakan ShopeePay untuk bertransaksi dengan Shopee.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu meneliti dampak ShopeePay pada masyarakat umum (lebih luas), sedangkan peneliti fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, ada persamaan antara kedua penelitian ini yaitu penelitian ini membahas perilaku konsumtif yang dipicu oleh penggunaan ShopeePay sebagai alat transaksi digital.²⁸

8. Penelitian yang ditulis oleh Chandra Dewiswarga dengan judul analisis Penggunaan Shopeepay Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada CV DB Klik Semarang)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pertumbuhan ekonomi berjalan jika pembayaran banyak dilakukan menggunakan *e-wallet* jenis ShopeePay. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil pembahasan penelitian

²⁸ Lailatul Isna, Sholihah, and Kristina, "Dampak Fitur 'Shopeepay' Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat."

terdahulu menunjukkan bahwa nilai pertumbuhan ekonomi dinilai semakin meningkat dari adanya fitur transaksi menggunakan ShopeePay terutama pada CV DB Klik).

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh ShopeePay terhadap pertumbuhan ekonomi suatu perusahaan (CV DB Klik Semarang), sedangkan peneliti hanya berfokus pada mahasiswa pengguna ShopeePay. Namun, ada persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.²⁹

9. Penelitian yang ditulis oleh Eva Fitria dengan judul Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk menganalisis penggunaan ShopeePay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan pemberian angket untuk menilai pemakaian ShopeePay. Hasil pembahasan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengguna ShopeePay lebih banyak perempuan (250 orang) dibandingkan dengan laki-laki (96 orang). Usia pengguna ShopeePay berada di usia 18 tahun dan 20 tahun yang berasal dari angkatan 2022 dan 2020.

²⁹ Chandra Dewiswarga, "Analisi Penggunaan ShopeePay Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada CV DB Klik Semarang)," 2023.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara dan angket sebagai metode utama, sedangkan peneliti menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara sebagai metode utama. Namun, ada persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas tentang perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan aplikasi ShopeePay.³⁰

10. Penelitian yang ditulis oleh Zulfitri dengan judul analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari Hari Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui penggunaan dompet digital aplikasi dana dalam transaksi sehari-hari dikalangan mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara,³⁰ mahasiswa UIN Ar-raniry Banda Aceh. Hasil dari penelitian ini adalah hasil *survey* responden dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi dompet digital DANA dalam bertransaksi sehari-hari mendapat respon yang sangat baik di kalangan mahasiswa Program Pendidikan dan Penelitian Teknologi Informasi UIN Ar-raniry Banda Aceh.

³⁰ Eva Fitria, Elvina, and Pitryani, "Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu," *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 3, no. 2 (2022): 276–80, <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.481>.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu terletak pada aplikasi yang diteliti, penelitian terdahulu fokus pada aplikasi dana sedangkan peneliti fokus pada aplikasi ShopeePay dan penelitian terdahulu lebih umum yaitu fokus dalam penggunaan dana sehari-hari sedangkan peneliti fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, ada persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas penggunaan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana teknologi tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.³¹

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, tahun	Perbedaan	Persamaan
1.	Dwi Amanatun Nisa “Analisis Perilaku Konsumtif Remaja terhadap penggunaan <i>ShopeePay</i> Ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam Studi Kasus pada Desa Pagerbarang, 2025”	Penelitian terdahulu lebih berfokus perilaku konsumtif remaja pada prespektif islam, sedangkan peneliti lebih menekankan aspek perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks sosial tanpa memasukkan etika islam.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif dalam penggunaan <i>ShopeePay</i> , dan keduanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

³¹ Zulfitri, “Analisis Penggunaan Dompet Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari-Hari Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh,” *Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh*, 2022, 1–79, https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29841/1/Zulfitri_150212107_FTK_PTI.pdf.

2.	Tiara Ledy Afista “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital <i>E-Wallet</i> DANA, 2024”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada aplikasi Dana sedangkan peneliti hanya berfokus pada aplikasi ShopeePay.	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas tentang perilaku konsumtif dalam menggunakan <i>e-wallet</i> sebagai dompet metode pembayaran digital.
3.	Yudi Saputra “Analisis Penggunaan Metode Pembayaran Shopeepay Dan Fitur Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang, 2024”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu menggunakan kualitatif dengan metode fenomologi, sedangkan peneliti menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif.	Persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa yang berkaitan dengan penggunaan ShopeePay.
4.	Lukmanul Hakim “Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai <i>E-Commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2020, 2024”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu lebih fokus pada aplikasi Shopee sedangkan peneliti fokus pada aplikasi ShopeePay	Persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya meneliti tentang perilaku konsumtif mahasiswa dan menggunakan pendekatan kualitatif
5.	Yuliani Azzahra “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePay dan Gopay, 2024”	Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu berfokus pada aplikasi Gopay dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan	Persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan dompet digital dengan fokus pada aplikasi ShopeePay.

		jenis penelitian deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif	
6.	Vella Adelia “Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Metode Pembayaran Shopeepay Dan COD Pada Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Riau, 2023”	Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian terdahulu membandingkan antara Shopeepay dan COD, sedangkan peneliti hanya fokus pada Shopeepay	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan meneliti penggunaan Shopeepay sebagai metode pembayaran beserta dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
7.	Winna Lailatul Isna “Dampak Fitur Shopeepay Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat. 2023”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu meneliti dampak Shopeepay pada masyarakat umum (lebih luas), sedangkan peneliti fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa.	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu penelitian ini membahas perilaku konsumtif yang dipicu oleh penggunaan Shopeepay sebagai alat transaksi digital.
8.	Chandra Dewiswarga “Analisis Penggunaan Shopeepay Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada CV DB Klik Semarang, 2023”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh Shopeepay terhadap pertumbuhan ekonomi suatu perusahaan (CV DB Klik Semarang), sedangkan peneliti	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

		hanya berfokus pada mahasiswa pengguna ShopeePay	
9.	Eva Fitria “Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu, 2022”	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu penelitian terdahulu menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara dan angket sebagai metode utama, sedangkan peneliti menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara sebagai metode utama	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas tentang perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan aplikasi ShopeePay
10.	Zulfitri “Analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari Hari Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022”	Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu terletak pada aplikasi yang diteliti, penelitian terdahulu fokus pada aplikasi dana sedangkan peneliti fokus pada aplikasi ShopeePay dan penelitian terdahulu lebih umum yaitu fokus dalam penggunaan dana sehari-hari sedangkan peneliti fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa	Persamaan di dalam kedua penelitian ini yaitu keduanya membahas penggunaan dompot digital dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana teknologi tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti angkat. Dari segi kesamaan,

penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama-sama membahas perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan dompet digital, khususnya ShopeePay. Mayoritas penelitian terdahulu juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti kemudahan transaksi, diskon, promo, serta pengaruh sosial dan budaya. Selain itu, penelitian terdahulu turut menyoroti bagaimana ShopeePay berkontribusi terhadap meningkatnya gaya hidup konsumtif mahasiswa, yang menjadi salah satu fokus utama dalam penelitian ini.

Meskipun memiliki beberapa kesamaan, terdapat pula perbedaan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu membandingkan ShopeePay dengan dompet digital lain seperti GoPay dan Dana, sementara penelitian ini lebih fokus pada ShopeePay tanpa melakukan perbandingan. Selain itu, ada penelitian yang meninjau perilaku konsumtif dari perspektif etika Islam atau dampak ekonomi secara lebih luas, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pengalaman mahasiswa dalam menggunakan ShopeePay serta faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi keputusan belanja mereka. Oleh karena itu, meskipun memiliki kesamaan dalam aspek topik dan metode penelitian, penelitian ini menawarkan sudut pandang yang lebih spesifik dan mendalam mengenai perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan ShopeePay.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan fokus tujuan penelitian. Posisi teori dalam penelitian kualitatif diletakkan sebagai perspektif atau analisis³².

1. ShopeePay

ShopeePay adalah salah satu produk yang diperkenalkan oleh *platform e-commerce* Shopee dan dikelola oleh PT. AirPay International Indonesia. ShopeePay resmi diluncurkan pada November 2018 setelah memperoleh izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia layanan pembayaran non-tunai, berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018. Layanan yang ditawarkan dalam *e-wallet* ShopeePay, seperti dikutip dari situs resmi Shopee, memungkinkan pengguna menyimpan uang melalui rekening bank yang terhubung, melakukan pembelian di *platform* Shopee maupun di merchant mitra, mengirim dan menerima dana, serta menarik uang ke rekening bank yang terhubung dengan ShopeePay. ShopeePay telah muncul sebagai dompet digital dengan pertumbuhan tercepat selama pandemi, dengan total pengguna mencapai 34% dari seluruh transaksi *e-wallet* di Indonesia. Saat ini, ShopeePay telah hadir di lebih dari 500 kota dan kabupaten di

³² Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020).

seluruh Indonesia. Dompot elektronik ini dapat digunakan untuk bertransaksi di ratusan ribu merchant dari berbagai kategori, termasuk makanan dan minuman, *fashion*, toko *online*, serta layanan logistik lainnya.

Untuk bersaing dengan produk dari pihak lain, ShopeePay secara aktif mempromosikan layanannya dengan menawarkan keunggulan yang tidak dimiliki atau sudah ditinggalkan oleh para pesaingnya, yaitu bebas biaya administrasi untuk *top-up* saldo dan penarikan saldo ke rekening bank. Selain bebas biaya administrasi, ShopeePay juga menawarkan berbagai kupon dan diskon kepada penggunanya, seperti potongan harga langsung serta *cashback* dalam bentuk poin yang dapat digunakan untuk transaksi berikutnya. Sementara itu, sebagian besar pesaing ShopeePay telah mengurangi frekuensi dan besaran program promosi serupa, sehingga membuat *e-wallet* ShopeePay semakin populer. Selain tanpa biaya administrasi, ShopeePay memberikan beragam kupon dan diskon kepada penggunanya, termasuk potongan harga langsung serta *cashback* dalam bentuk poin yang bisa dipakai untuk transaksi berikutnya. Di sisi lain, banyak pesaing ShopeePay telah mengurangi frekuensi dan nilai promosi serupa, yang menjadikan ShopeePay semakin diminati.³³

Terdapat fitur atau kemampuan khusus ShopeePay yang akan dinikmati oleh pengguna. Terdapat enam (6) fitur ShopeePay, yaitu pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan *scan* kode QR. Ketika

³³ Sima Davilva Luili Nuha, "Pengaruh Minat Beli Pelanggan, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay," 2023, 3.

berbelanja di toko (*offline*), *website*, dan aplikasi *merchant*, pengguna dapat melakukan scan barcode untuk pembayaran sesuai jumlah harga dari produk yang dibeli. Kedua, pengguna ShopeePay yang sudah melakukan verifikasi akun, dapat mentransfer saldo ShopeePaynya kepada akun ShopeePay milik orang lain atau ke rekening bank. Ketiga, pengguna akan mengetahui penawaran *Voucher* ShopeePay di *merchant* terdekat melalui Deals Sekitarmu. Keempat, pengguna dapat melakukan pengisian saldo ShopeePay melalui transfer bank yang secara otomatis di cek melalui verifikasi. Kelima, setelah pengguna melakukan verifikasi, batas maksimal transfer ke pengguna ShopeePay dan rekening bank adalah sebesar RP 10.000.000. Keenam, atau merupakan fitur terakhir adalah ShopeePay menjaga keamanan akun pengguna dalam melakukan pembayaran dan transfer saldo dengan melengkapinya dengan Pin.

Sebagian besar masyarakat yang dianggap melek teknologi sudah familiar dengan *e-wallet* yang bernama ShopeePay. Banyak di antara mereka yang telah memanfaatkan *e-wallet* ini untuk transaksi, baik secara online maupun *offline*. Pengguna dapat merasakan berbagai manfaat dari penggunaan ShopeePay.

Adapun manfaat positif yang dirasakan oleh pengguna ShopeePay:

- 1) Sering mendapatkan *cashback* dan promo membuat pengguna bisa lebih hemat dibandingkan membayar dengan uang tunai. Dengan ShopeePay, proses membeli alat tulis, mengisi pulsa, menambah saldo kartu *E-toll*,

serta berbelanja kebutuhan sehari-hari di minimarket terdekat menjadi lebih mudah.

- 2) Dengan adanya ShopeePay, transaksi menjadi lebih efisien dan aman.
- 3) Sebagai tempat penyimpanan transaksi penjualan: Selain digunakan untuk berbelanja, ShopeePay juga berfungsi sebagai media penyimpanan untuk hasil penjualan toko Anda. Saldo di ShopeePay ini dapat dicairkan ke rekening bank Anda.
- 4) Tarik dana ke rekening bank: Selain memungkinkan *transfer* antar pengguna, ShopeePay juga menyediakan fitur penarikan dana ke rekening bank. Beberapa bank telah menjadi mitranya, sehingga proses penarikan menjadi lebih mudah. Anda hanya perlu memasukkan nomor rekening, nama pemilik, dan jenis bank. Pihak Shopee kemudian akan melakukan verifikasi. Jumlah minimal untuk transfer ke bank adalah Rp 5.000. Pastikan saldo ShopeePay Anda mencukupi untuk jumlah transfer dan biaya administrasi. Anda dapat melihat rincian transaksi di menu Transaksi Terakhir.
- 5) Minta dana: Fitur unggulan berikutnya dari ShopeePay adalah Minta Dana. Dengan fitur ini, ShopeePay menyediakan *QR code* yang dapat Anda bagikan untuk meminta dana dari teman-teman Anda. Namun, untuk menggunakan fitur ini, Anda dan rekan Anda harus saling duduk berhadapan, karena prosesnya memerlukan pemindaian *QR code* antar pengguna.

Namun, di balik setiap sisi positif, pasti ada juga sisi negatif dari penggunaan *ShopeePay*. Hal ini memang dapat dibenarkan terkait dengan keberadaan fitur *ShopeePay*.³⁴ Adapun sisi negatif dari penggunaan *ShopeePay*:

- 1) Tidak mempunyai tabungan: Sejak hadirnya *ShopeePay*, banyak orang menjadi lebih sering berbelanja, merasa lebih konsumtif, dan boros karena tergoda oleh harga murah dan banyaknya promo yang ditawarkan. Ini adalah salah satu dampak negatif dari penggunaan *Shopeepay* yang memicu perilaku konsumtif dan pengeluaran berlebihan.
- 2) Data validasi pribadi tidak aman: Sering kali, orang menerima panggilan dari pihak yang tidak dikenal yang mengaku dari *Shopee*, menawarkan hadiah, *cashback*, bonus tunai, dan sebagainya. Untuk mencegah penipuan, kita disarankan untuk mengganti alamat email setidaknya setiap tiga bulan dan mengabaikan panggilan dari nomor yang tidak dikenal.
- 3) Penggunaan *e-wallet* *ShopeePay* dapat memberikan dampak yang menguntungkan sekaligus merugikan. Oleh karena itu, sebagai masyarakat, kita seharusnya lebih cermat dan bijaksana dalam mengelola keuangan pribadi dengan memperhatikan penggunaan *ShopeePay* sesuai kebutuhan. Misalnya, tidak mengisi saldo *Shopeepay* dengan seluruh pendapatan yang dimiliki, berbelanja hanya

³⁴ Sofiana, "Manfaat Dan Bahaya Penggunaan *Shopeepay* Dalam Masyarakat," *Universitas Muhammadiyah Surabaya*, no. April (2023).

untuk kebutuhan, dan memanfaatkan *event* Shopee untuk mendapatkan promo dan *cashback* yang lebih menguntungkan. Selain itu, sering mengganti alamat email dan kata sandi juga penting untuk mencegah penipuan dan hal-hal tidak diinginkan lainnya.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang muncul ketika seseorang memiliki keinginan untuk membeli barang atau menggunakan jasa semata-mata untuk kepuasan pribadi, tanpa mempertimbangkan manfaat atau kebutuhan dari barang dan jasa tersebut. Tipe perilaku ini sering terlihat di kalangan remaja, yang melakukannya untuk memenuhi gaya hidup mereka.³⁵ Istilah "konsumtif" sering merujuk pada perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu tren gaya hidup yang umum di masyarakat adalah pandangan yang menganggap materi sebagai sumber kepuasan. Gaya hidup semacam ini dapat memicu munculnya gejala konsumtif. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Gaya hidup individu mencerminkan pola hidupnya yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan hobi. Opini seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup sifat-sifat yang diwarisi dari orang tua, sedangkan faktor eksternal meliputi rangsangan yang diterima dari lingkungan, seperti keluarga, sekolah, dan masyarakat. Hal

³⁵ A. Noorah Mujahidah, "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar)," *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 2020, 4, <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>.

ini menyebabkan setiap individu memiliki perilaku yang berbeda-beda sebagai hasil dari kombinasi kedua faktor tersebut. Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi murni dan pilihan yang rasional, tetapi juga oleh sistem budaya dan sosial yang memengaruhi keputusan individu terhadap suatu komoditas. Perilaku konsumsi dapat dipahami sebagai tindakan menggunakan barang dan jasa, yang memerlukan pengeluaran dari penghasilan seseorang. Ini menunjukkan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh pada perilaku konsumsi individu.³⁶

Munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, seperti yang dijelaskan sebagai berikut:³⁷

1) Faktor Internal

Kepuasan untuk membeli suatu barang sangat dipengaruhi oleh motivasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri, observasi, dan harga diri.

- a. Motivasi adalah dimana perilaku pendorong yang memanfaatkan kemampuan yang dimiliki oleh organisme untuk memicu dan menunjukkan perilakunya.
- b. Proses belajar adalah suatu konsumen yang mengamati dan memahami informasi yang mereka peroleh. Hal ini berpengaruh

³⁶ Melinda, Lesawengen, and Waani, "Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado.)"

³⁷ Asrori M, Ali & M, "Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik," *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, 2011.

pada cara mereka mengamati subjek tertentu. Jika suatu subjek membeli barang yang tidak diperlukan, perilaku ini bisa ditiru oleh konsumen lain.

- c. Kepribadian adalah sekumpulan perilaku yang telah menjadi kebiasaan dan tetap melekat pada individu tersebut.
- d. Konsep diri adalah panduan untuk memperhatikan diri sendiri pada momen tertentu yang mencerminkan apa yang ada dalam pikiran.
- e. Observasi adalah keputusan untuk membeli suatu produk, biasanya akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan. Pengamatan dapat dilakukan berdasarkan pada pengalaman orang lain atau pengalaman sendiri di masa lalu mengenai suatu produk
- f. Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Orang-orang dengan harga diri rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang dengan harga diri tinggi.³⁸

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah sebagai berikut:³⁹

- a. Faktor budaya adalah tindakan yang dimiliki bersama dan dipahami serta diakui oleh kelompok, baik besar maupun kecil
- b. Faktor kelas sosial adalah kelompok yang memiliki kedudukan yang stabil dan adil, dengan struktur, nilai, dan sikap yang serupa

³⁸ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Nem, 2021).

³⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, cv, 2017).

di antara anggotanya. Ketika terdapat tingkatan kasta, dari yang tertinggi hingga terendah, biasanya perilaku konsumtif akan dipengaruhi oleh kasta tertinggi dalam kelompok tersebut.

- c. Faktor keluarga adalah kelompok kecil yang menyediakan dasar penting bagi perkembangan remaja, di mana keluarga memiliki peran utama dalam membentuk sikap konsumtif individu.
- d. Faktor kelompok referensi adalah sekelompok orang yang dapat memengaruhi perilaku, pemikiran, dan pola konsumsi seseorang. Kelompok ini mendorong individu untuk mengadopsi gaya baru yang dapat memengaruhi perilaku dan pilihan produk serta merek yang mereka pilih.
- e. Faktor periklanan, dimana ketertarikan dan kemudahan penggunaan barang atau jasa sering kali dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan melalui iklan.
- f. Faktor model identifikasi diri, dimana Individu cenderung membeli dan menggunakan barang atau jasa karena dipengaruhi oleh sosok yang mereka idolakan, menjadikan idolanya sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari, seperti meniru gaya hidup atau produk yang dimiliki oleh idolanya.

a) Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif terdiri dari:⁴⁰

- a) Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), dalam aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja cenderung membeli berdasarkan keinginan mendadak atau dorongan sesaat, tanpa mempertimbangkan konsekuensinya, dan sering kali bertindak secara emosional.
- b) Pemborosan (*Wasteful buying*), artinya perilaku konsumtif merupakan bentuk boros yang ditandai oleh pengeluaran dana yang besar tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Tindakan ini sering kali berujung pada pemborosan yang berdampak negatif bagi kehidupan remaja. Dalam perspektif psikologi agama, ajaran agama memberikan norma-norma yang bisa menjadi panduan bagi pemeluknya dalam bersikap dan bertindak. Norma-norma tersebut berfokus pada pembentukan kepribadian dan keseimbangan dalam hubungan sosial sebagai upaya untuk memenuhi ketaatan kepada yang Maha Kuasa.
- c) Mencari kesenangan (*Non rational buying*), dalam aspek ini tindakan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan mencari kenyamanan fisik, di mana remaja merasa senang dan

⁴⁰ Eni Lestarina et al., "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja," *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6, <https://doi.org/10.29210/3003210000>.

nyaman ketika menggunakan barang-barang yang membuatnya terlihat trendi.

b) Dampak Perilaku Konsumtif

Dampak dari berperilaku konsumtif dapat dilihat dari bagian dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif. Adapun dampak positif dari perilaku konsumtif antara lain:

- a) Membuka dan memperluas lapangan pekerjaan karena akan memerlukan lebih banyak tenaga kerja untuk memproduksi barang dalam jumlah yang besar.
- b) Meningkatkan motivasi konsumen untuk meningkatkan pendapatan, karena mereka akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam berbagai jumlah dan jenis.
- c) Menciptakan pasar bagi produsen, karena meningkatnya jumlah barang yang dikonsumsi oleh masyarakat, produsen akan membuka pasar baru untuk mempermudah pelayanan kepada konsumen.

Namun, jika dilihat dari sudut pandang negatif, perilaku konsumtif dapat menyebabkan dampak sebagai berikut:

- a) Gaya hidup yang boros dapat memicu kecemburuan sosial, karena individu membeli semua barang yang diinginkan tanpa mempertimbangkan apakah harga barang tersebut murah atau mahal, serta apakah barang itu benar-benar diperlukan. Hal ini membuat orang-orang yang tidak mampu merasa kesulitan untuk mengikuti pola hidup seperti itu.

- b) Mengurangi kesempatan untuk menabung karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan dengan menyisihkan untuk ditabung.
- c) Cenderung tidak memikirkan kebutuhan di masa depan, oleh karena itu individu akan mengonsumsi lebih banyak barang saat ini tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka di kemudian hari.⁴¹

c) Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat beberapa indikator yang menunjukkan perilaku konsumtif, yaitu:⁴²

- a) Individu membeli suatu produk karena tergoda oleh tawaran hadiah yang disertakan dengan pembelian barang tersebut.
- b) Membeli produk karena kemasan, dimana individu cenderung mudah membeli produk yang dikemas secara rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Dengan kata lain, motivasi mereka untuk membeli produk tersebut hanya karena kemasan yang menarik dan rapi.
- c) Membeli produk dengan menjaga penampilan dan gengsi, dimana individu memiliki keinginan yang kuat, karena umumnya remaja memiliki karakteristik unik dalam berpakaian, berdandan, dan gaya rambut. Hal ini bertujuan agar mereka selalu tampil menarik dan dapat memikat perhatian orang lain. Akibatnya, konsumen

⁴¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, 36-37.

⁴² Liza Azzuhra, "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Di Lingkungan Ix Kelurahan Paya Pasir" 44, no. 2 (2023): 28.

mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendukung penampilan mereka.

- d) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, dimana individu memiliki daya beli yang tinggi dalam hal berpakaian, berdandan, dan gaya rambut, yang memungkinkan mereka untuk mendukung citra eksklusif melalui barang-barang mahal. Hal ini memberikan kesan bahwa mereka berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli produk tertentu, individu dapat menunjukkan simbol status dan terlihat lebih menarik di mata orang lain.
- e) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dimana individu sangat termotivasi untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya pada klaim yang disampaikan oleh iklan, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif⁴³, yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek, seperti perilaku, sudut pandang, dan motivasi, secara komprehensif dalam bentuk narasi dan bahasa yang berkaitan dengan peristiwa-peristiwa tertentu yang terjadi secara alami. Dengan demikian, penelitian ini tidak melibatkan data numerik. Penelitian ini dimulai dari minat untuk mendalami kemunculan dari suatu fenomena tertentu, didukung dengan pemahaman yang kuat atas fenomena tersebut. Karena itu, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif.

Pendekatan kualitatif dimulai dengan mendefinisikan konsep-konsep yang bersifat umum. Penelitian adalah aktivitas ilmiah yang melalui serangkaian proses yang panjang. Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang diambil untuk mengumpulkan data atau informasi guna menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, sehingga semua aspek yang diteliti dapat diamati secara menyeluruh. Peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan, agar data tersebut lebih objektif melalui pengamatan langsung di lokasi.⁴⁴

⁴³ M.F Hidayatullah et al., “Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2023): 2836–42, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010).2 3

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah menunjukkan di mana peneliti tersebut hendak dilakukan dan wilayah penelitian biasanya berisi lokasi penelitian (desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya) dan unit analisis. Tempat penetapan penelitian ini merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkan lokasi penelitian berarti objek dan tujuan penelitian sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini dilakukan dikampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang berlokasi di Jl Mataram no.1 Mangli, Kaliwates, Jember. Selain dikampus penelitian ini juga mencakup area diluar universitas, seperti rumah, kos, kontrakan atau tempat tinggal mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini..

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu yang terlibat mengenai apa yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian ini memilih subjek penelitian dengan metode *purposive*. Metode ini adalah teknik pemilihan subjek yang dilakukan dengan pertimbangan khusus sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.⁴⁵ Dengan cara ini, peneliti dapat memilih subjek yang akan diteliti secara selektif berdasarkan kriteria tertentu. Alasan menggunakan *purposive* adalah karena teknik ini sesuai dengan penelitian kualitatif. Adapun beberapa subjek dalam penelitian ini, sebagai berikut:

⁴⁵ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung, 2012).hal 125

Untuk memilih subjek penelitian yang tepat, ada beberapa kriteria yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021
2. Mahasiswa yang bertransaksi dengan ShopeePay minimal 3-5 kali dalam sebulan
3. Nominal/pengeluaran: Memiliki rata-rata pengeluaran melalui ShopeePay dengan rata-rata menghabiskan uang diatas Rp 100.000 dalam satu kali pembelian, dengan jenis produk yang dibeli tergolong dalam kategori *skincare*, pakaian, dan barang tren lainnya yang sedang populer di mahasiswa.⁴⁶

Dengan alasan agar peneliti dapat memiliki informasi yang cukup dan relevan dari informan terkait perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan aplikasi ShopeePay.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian, teknik pengumpulan data mencakup strategi yang dirancang untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Tujuan utama penelitian ini adalah mengumpulkan data yang relevan mengenai subjek yang diteliti. Kegiatan yang akan dilakukan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi informasi. Kurangnya pemahaman tentang metodologi pengumpulan data dapat menyebabkan peneliti mendapatkan data yang tidak

⁴⁶ Nuril Hafiza, Siti Nur Arifia Shoffah, and Nur Saptini, "E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 26, no. 1 (2024): 24, <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939>.

memenuhi standar yang telah ditetapkan. Adapun macam-macam metode yang harus dilakukan dalam teknik pengumpulan data ini adalah:⁴⁷

1) Observasi

Observasi adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan terhadap objek yang diteliti. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan pengamatan secara langsung di lapangan, terutama dalam melihat dan menganalisis kegiatan yang diteliti berupa perilaku konsumtif pada penggunaan aplikasi ShopeePay mahasiswa yang merujuk pada pembelian dan mengomsumsi barang yang berlebihan.

2) Wawancara

Wawancara merupakan bentuk percakapan yang dilakukan untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian, pewawancara berusaha menggali informasi mengenai aspek yang menjadi fokus peneliti. Proses wawancara bisa dilakukan dengan cara yang terstruktur atau tidak terstruktur, dan dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon. Metode ini menawarkan fleksibilitas dalam pengumpulan data, memungkinkan pewawancara untuk mengajukan pertanyaan secara mendetail atau memberi ruang bagi responden untuk menjawab dengan lebih bebas⁴⁸.

Peneliti biasanya menggunakan teknik wawancara semistruktur, yang

⁴⁷ Rizca Laila Amalia, Siti Masrohatin, Hafiz Wahyu Ananda, "Transformasi Digital Branch Dalam Upaya Peningkatan Layanan Di Era Society 5.0 Pada Bank Mandiri Jember," *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2023), <https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/view/1761%0Ahttps://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/download/1761/1064>.

⁴⁸ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta Pres, 2004).

memungkinkan peneliti mempersiapkan pertanyaan untuk narasumber namun menerapkannya dengan cara yang lebih fleksibel. Adapun alat yang digunakan dalam pelaksanaan wawancara antara lain sebagai berikut:

- 1) *Handphone*, alat ini digunakan untuk mengambil gambar/video ataupun audio ketika pelaksanaan wawancara sedang berlangsung.
- 2) Buku dan peralatan tulis adalah alat yang digunakan untuk mencatat informasi penting dari narasumber, guna menghindari kehilangan data saat proses pengambilan audio dan video.⁴⁹
- 3) Pedoman wawancara yang meliputi:
 - a) Apakah anda pernah membeli suatu produk karena tergoda oleh hadiah atau promo yang ditawarkan saat menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran?
 - b) Apakah anda pernah membeli suatu produk di Shopee dengan ShopeePay hanya karena kemasannya terlihat menarik, meskipun anda tidak terlalu membutuhkan produk tersebut?
 - c) Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk yang dapat menunjang penampilan, seperti pakaian atau produk kecantikan, demi tampil menarik di depan orang lain?
 - d) Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk bermerek atau mahal guna menunjukkan status sosial anda?

⁴⁹ Nikmatul Masruroh* et al., "Literasi Sistem Transformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah," *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 406–12, <https://doi.org/10.62085/jms.v2i1.88>.

- e) Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk mahal karena percaya bahwa produk tersebut akan meningkatkan rasa percaya diri anda?

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk menghasilkan data dalam bentuk catatan, gambar, audio sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Dokumentasi adalah pencatatan kejadian yang dilakukan pada saat wawancara dengan informan. Dokumen ini bisa berupa laporan gambar, rekaman, karya-karya yang fenomenal dari seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti mereka video atau foto terkait aktivitas wawancara dan jawaban dari informan yang bertujuan untuk mendukung dan memperkuat informasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses untuk mengumpulkan dan mengorganisir catatan dari observasi, wawancara, dan sumber lainnya secara sistematis, dengan tujuan meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan untuk orang lain.⁵⁰ Teknik analisis data ini menerapkan pendekatan yang didasarkan pada model Miles dan Huberman. Adapun analisis data yang digunakan oleh peneliti ada 3 jalur yaitu:⁵¹

⁵⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17, no. 33 (2018): 81–95.

⁵¹ Nikmatul Masruroh Hidayatullah M.F., Nathania Nur Rafidah, *Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id*, تقرير, 2016, [Http://Www.Karyailmiah.Trisakti.Ac.Id/Uploads/Kilmiah/Dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.Pdf#Page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.Pdf#Page=7).

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses pencatatan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian disusun dalam catatan lapangan dengan dua elemen utama yaitu deskriptif dan refleksi. Catatan deskriptif mencakup segala hal yang terlihat, terdengar, dan dialami oleh peneliti secara objektif tanpa interpretasi atau penilaian pribadi. Sementara itu, catatan refleksi memuat kesan, komentar, pendapat, serta interpretasi peneliti tentang temuan yang diperoleh. Catatan refleksi ini digunakan sebagai dasar untuk merencanakan pengumpulan data di tahap berikutnya.

2) Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap dalam penelitian yang mencakup pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang tercatat di lapangan. Proses ini dilakukan secara konsisten sepanjang penelitian berlangsung. Aktivitas reduksi data meliputi beberapa langkah, seperti merangkum informasi, mengkodekan, mengidentifikasi tema, dan membentuk kelompok data. Pendekatan yang ketat digunakan untuk memilih data yang menggambarkan atau merinci pola yang lebih besar. Dengan reduksi data, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas, sehingga mempermudah proses pengumpulan data berikutnya. Selanjutnya, peneliti akan fokus pada klasifikasi dan pengorganisasian data untuk menghasilkan interpretasi yang mendalam.

3) Penyajian Data

Penyajian data adalah langkah penting di mana semua informasi diorganisir sedemikian rupa, memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam konteks penyajian data kualitatif, pendekatannya bisa berupa teks naratif, catatan lapangan, matriks, grafik jaringan, dan bagan. Melalui format-format ini, informasi yang terstruktur dapat dikelompokkan menjadi bentuk yang koheren dan mudah diakses.

Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, yang menyusun kumpulan informasi terstruktur untuk memudahkan peneliti dalam mengembangkan penelitian dan memfasilitasi penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan.

4) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses yang berlangsung selama penelitian, termasuk dalam tahap reduksi data. Setelah data terkumpul secara memadai, kesimpulan sementara dapat diambil, dan begitu semua data terkumpul secara lengkap, kesimpulan akhir dapat dirumuskan. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan tidak hanya merupakan ringkasan, tetapi juga temuan baru yang sebelumnya belum terungkap. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran dari suatu objek yang sebelumnya kurang jelas atau belum terungkap, sehingga melalui penelitian ini menjadi lebih jelas.⁵²

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 322-330.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan aspek penting dalam penelitian untuk memastikan kebenaran informasi yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, diterapkan teknik triangulasi sumber, yang melibatkan pengujian kredibilitas data melalui wawancara, diikuti dengan observasi dan dokumentasi dari berbagai sumber. Jika teknik yang digunakan menghasilkan data yang berbeda, peneliti harus berdiskusi dengan narasumber terkait untuk mendapatkan informasi yang akurat, sehingga kesimpulan yang diambil mengenai data tersebut dapat dipertanggungjawabkan.⁵³

G. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini melibatkan beberapa tahapan yang akan dilaksanakan oleh peneliti, antara lain sebagai berikut:

- 1) Pra-penelitian adalah tahap di mana peneliti melakukan observasi dan mencatat perilaku mahasiswa yang menggunakan aplikasi ShopeePay. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan informasi terkait judul penelitian yang akan diangkat serta mempersiapkan alat-alat yang diperlukan untuk penelitian..
- 2) Pelaksanaan penelitian adalah tahap di mana peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember angkatan 2021 yang menggunakan aplikasi ShopeePay dan memenuhi kriteria.

⁵³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014).87

- 3) Tahap penyelesaian dalam penelitian adalah saat peneliti menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan. Pada tahap ini, peneliti juga mengonfirmasi kembali keabsahan data yang telah dikumpulkan selama penelitian lapangan dan menyelesaikan penyusunan laporan penelitian.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

1. Gambaran Obyek Penelitian

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KHAS Jember tidak dapat dipisahkan dari latar belakang historisnya, proses alih status STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Proses transformasi STAIN Jember - IAIN Jember dan ke UIN KHAS Jember melalui proses panjang sebagaimana yang dirumuskan oleh Tim *Taskforce* yang telah dibentuk oleh Ketua STAIN Jember (saat itu), akhirnya pada tahun 2014, berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 142 Tahun 2014 telah terjadi Perubahan STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Kemudian IAIN Jember resmi berganti status dan nama menjadi UIN K.H. Achmad Siddiq Jember berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021 tanggal 11 Mei 2021. UIN Jember diberi nama K.H. Achmad Siddiq, seorang ulama yang pernah menjabat sebagai Rais 'Aam Syuriah Nahdlatul Ulama dan perintis pendirian UIN KHAS Jember. Kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2021 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) menjadi salah satu Fakultas baru di lingkungan UIN KHAS Jember. Program studi (Prodi) yang dimiliki 4 (empat) Prodi, yaitu Perbankan Syariah (PS), Ekonomi Syariah (ES), Akuntansi Syariah (AKS), dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW). Sebelum beralih status menjadi IAIN Jember sampai menjadi UIN KHAS

Jember, saat itu FEBI belum berdiri, Prodi Perbankan Syariah (PS) dan Ekonomi Syariah (ES) sudah berdiri di bawah naungan Jurusan Syariah.⁵⁴

Adapun Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yaitu:

A. Visi

Unggul dalam bidang Ekonomi, dan Bisnis Islam berlandaskan nilai kearifan lokal di tingkat Asia Tenggara tahun 2035.

B. Misi

1. Memperkuat basis keilmuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis FEBI UIN KHAS Jember dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran secara professional dan religious dala bidang ekonomi dan bisnis islam.
2. Meningkatkan jumlah dan mutu capaian pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta menjamin berkembangnya pola ilmiah dan pengkajian ilmu ekonomi dan bisnisisla yang tepat guna
3. Membangun budaya akademik yang kompetitif, produktif, dan inovatif dalam pengelolaan sumber daya melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
4. Membangun system tata kelola dan reputasi fakultas yang kredibel, akuntabel, dan transparan dan professional berbasis teknelogi informasi.

⁵⁴ Opr FEBI, “Sejarah Febi UIN KHAS JEMBER,” 2024, <https://febi.uinkhas.ac.id/page/detail/sejarah-febi-uinkhas-jember>. (Diakses pada tanggal 24 Desember 2024)

5. Membangun kepercayaan dan kerja sama dengan lembaga yang kompetitif di tingkat nasional dan internasional.
6. Memperkuat pemberdayaan mahasiswa dan alumni di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
7. Mengembangkan budaya bisnis lokal dan ekonomi kreatif yang berlandaskan ekonomi islam.⁵⁵

Adapun Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagai berikut:⁵⁶

Gambar 4 1

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember



2. Penyajian Data Dan Analisis

Penyajian data dalam penelitian bertujuan untuk memperkuat pemahaman pembaca tentang temuan yang diperoleh melalui metode yang dijelaskan di BAB III. Data disajikan berdasarkan topik yang relevan dengan

⁵⁵ Opr FEBI, “Visi Dan Misi FEBI UIN KHAS Jember,” 2023, <https://febi.uinkhas.ac.id/page/detail/visi-dan-misi-febi-uin-khas-jember>. (Diakses pada tanggal 24 Desember 2024)

⁵⁶ Opr FEBI, “Struktur Pengelola FEBI,” 2024, <https://febi.uinkhas.ac.id/page/detail/struktur-pengelola-febi>. (Diakses pada tanggal 24 Desember 2024)

pertanyaan penelitian, dan hasil analisis mencakup pola, tema, kecenderungan, serta motif yang muncul. Temuan juga bisa disajikan dalam bentuk kategori, klarifikasi, atau tipologi.

Sebagai upaya untuk memperoleh data yang akurat dan mendukung analisis penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang memenuhi kriteria. Daftar narasumber beserta informasi singkat mengenai masing-masing dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Nama	Prodi	Angkatan
Nur Laily Maulid Diana	Perbankan Syariah	2021
Alvina Damayanti	Akuntansi Syariah	2021
Siti Elita	Perbankan Syariah	2021

Adapun beberapa data yang telah diperoleh dari metode wawancara, observasi serta dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa

Perilaku Konsumtif merupakan tindakan individu dalam membeli barang atau jasa yang tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan, melainkan karena dorongan emosional, keinginan sesaat, gaya hidup, serta pengaruh lingkungan sosial dan budaya. Dalam kajian teori, Perilaku konsumtif dipahami sebagai bentuk konsumsi berlebihan yang seringkali tidak rasional dan tidak terencana, dimana individu melakukan pembelian hanya untuk kepuasan pribadi, citra diri, atau tekanan sosial.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif FEBI angkatan 2021, mengenai pembelian suatu produk karena tergoda oleh hadiah atau promo, Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 2021 menjelaskan sebagai berikut:

“Iya, saya sering membeli membeli produk karena adanya promo atau hadiah menarik yang ditawarkan saat menggunakan ShopeePay. Promo seperti potongan harga atau *cashback* seringkali membuat saya merasa lebih hemat dalam berbelanja, sehingga saya terdorong untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu saya butuhkan. Rasanya sayang saja jika melewatkan kesempatan promo tersebut, meskipun keputusan belinya kadang kurang dipertimbangkan.”⁵⁷

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Alvina Damayanti selaku mahasiswa aktif Akutansi Syariah angkatan 2021 menjelaskan:

“Ya, saya sering membeli sebuah produk karena tergoda oleh promosi dan hadiah yang ditawarkan. Saat itu, promonya sangat menggiurkan, seperti diskon harga dan bonus produk gratis. Meskipun produk tersebut sebenarnya bukan kebutuhan mendesak, saya tetap memilih untuk membelinya.”⁵⁸

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Siti Elita selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 2021 menjelaskan:

“Iya, saya sangat sering membeli suatu produk saat ada promo atau hadiah. Karena saya merasa lebih untung dan jadi cenderung terdorong untuk membeli, meskipun sebenarnya barangnya tidak terlalu dibutuhkan.”⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, disimpulkan bahwa bahwa promosi dan hadiah yang ditawarkan

⁵⁷ Nur Laily Maulid Diana diwawancarai oleh Penulis, Jember 22 Desember 2024

⁵⁸ Alvina Damayanti diwawancarai oleh Penulis, Jember 21 Desember 2024

⁵⁹ Siti Elita diwawancarai oleh Penulis, Jember 19 Desember 2024

saat berbelanja dengan menggunakan ShopeePay memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian mereka. Meskipun produk yang dibeli tidak selalu merupakan kebutuhan mendesak, ketiga informan merasa terdorong untuk membeli karena penawaran menarik seperti potongan harga, *cashback*, atau bonus produk gratis. Meskipun mereka menyadari bahwa keputusan membeli seringkali kurang dipertimbangkan, mereka merasa sayang untuk melewatkan kesempatan mendapatkan keuntungan dari promo tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana konsumen cenderung membeli barang yang tidak dibutuhkan hanya demi mendapatkan manfaat dari penawaran yang ada.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai membeli suatu produk di Shopee dengan ShopeePay hanya karena kemasannya terlihat menarik, meskipun tidak terlalu membutuhkan produk tersebut, Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan sebagai berikut:

“Saya sering membeli produk di Shopee dengan ShopeePay hanya karena kemasannya menarik, meskipun saya tidak terlalu membutuhkannya. Kadang, kemasan yang estetik membuat saya tergoda, dan rasanya seperti ada kepuasan tersendiri saat membeli barang dengan tampilan yang menarik itu”⁶⁰

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Alvina Damayanti selaku mahasiswa aktif Akuntansi Syariah angkatan 21 menjelaskan:

⁶⁰ Nur Laily Maulidiana diwawancarai oleh Penulis, Jember 22 Desember 2024

“Saya pernah menggunakan ShopeePay untuk membeli suatu produk hanya karena tampilannya yang menarik, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu saya butuhkan.”⁶¹

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Siti Eita selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Ya, saya sering membeli produk menggunakan aplikasi ShopeePay hanya karena kemasan dengan desain yang menarik seringkali memberi kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik, sehingga membuat saya cenderung membeli karena dorongan emosional, bukan karena benar-benar membutuhkan.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, disimpulkan ketiganya sering membeli produk di Shopee menggunakan ShopeePay, bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena daya tarik kemasan produk yang dianggap menarik. Meskipun produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan, kemasan yang estetik atau desain yang menarik menjadi faktor pendorong utama untuk melakukan pembelian. Mereka merasa ada kepuasan emosional tersendiri ketika membeli produk dengan tampilan yang menarik, yang sering kali memberikan kesan kualitas produk yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor visual, seperti desain kemasan, memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, bahkan jika keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada kebutuhan yang sesungguhnya.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai penggunaan ShopeePay untuk membeli produk yang dapat menunjang penampilan, seperti pakaian

⁶¹ Alvina Damayati diwawancarai oleh Penulis, Jember 21 Desember 2024

⁶² Siti Elita diwawancarai oleh Penulis, Jember 19 Desember 2024

atau produk kecantikan, demi tampil menarik didepan orang lain, Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan sebagai berikut:

“Saya merasa penampilan memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam lingkungan sosial maupun profesional. Karena itu, saya sering mencari produk-produk yang bisa membantu saya tampil lebih baik, seperti pakaian yang *stylish skincare*, atau *make up*. ShopeePay memudahkan proses pembelian karena pembayaran menjadi cepat dan seringkali ada promo menarik atau diskon tambahan. Hal itu membuat saya semakin terdorong untuk membeli produk-produk penunjang penampilan. Karena selain merasa mendapatkan keuntungan dari sisi harga, saya juga merasa lebih percaya diri saat menggunakannya.”⁶³

Berikut adalah tangkapan layar bukti pembelian yang dilakukan oleh pembeli, sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan sebelumnya



Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Alvina Damayanti selaku mahasiswa aktif Akuntansi Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Saya sering menggunakan ShopeePay untuk membeli produk yang menunjang penampilan, seperti pakaian, aksesoris karena

⁶³ Nur Laily Maulidiana diwawancarai oleh Penulis, Jember 22 Desember 2024

ingin tampil lebih menarik di situasi tertentu, seperti menghadiri pesta, pertemuan kerja, atau sekedar nongkrong bareng teman. ShopeePay membantu saya dalam proses pembelian karena praktis dan sering memberikan penawaran menarik. Saya jadi lebih mudah membeli barang-barang tersebut tanpa repot berpindah aplikasi atau metode pembayaran.”⁶⁴

Berikut adalah tangkapan layar bukti pembelian yang dilakukan oleh pembeli, sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan sebelumnya



Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Siti Elita selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Saya pribadi cukup sering menggunakan ShopeePay untuk membeli produk-produk penunjang penampilan, seperti pakaian, *skincare*, dan *makeup*. Biasanya karena tergiur promo atau *cashback* yang ditawarkan. Selain itu, menurut saya, menjaga penampilan itu penting, apalagi di era media sosial seperti sekarang. Jadi meskipun terkadang belum terlalu dibutuhkan, kalau ada produk yang menarik atau sedang diskon, saya cenderung membeli tanpa terlalu banyak pertimbangan. Rasanya sayang saja kalau melewatkan promo tersebut.”⁶⁵

⁶⁴ Alvina Damayanti diwawancarai oleh Penulis, Jember 21 Desember 2024

⁶⁵ Siti Elita diwawancarai oleh Penulis, Jember 19 Desember 2024

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, disimpulkan bahwa ketiga informan diatas sering menggunakan ShopeePay untuk membeli produk yang dapat menunjang penampilan, seperti pakaian, aksesoris, *skincare*, atau *make-up*. Mereka mengakui bahwa penampilan memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan profesional mereka. ShopeePay memudahkan mereka dalam proses pembelian dengan kemudahan pembayaran dan berbagai penawaran menarik, seperti promo atau diskon, yang semakin mendorong mereka untuk membeli produk-produk tersebut. Selain itu, mereka juga merasa terdorong untuk membeli produk penunjang penampilan demi tampil menarik di depan orang lain, baik untuk menghadiri acara tertentu, meningkatkan rasa percaya diri, maupun untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial, terutama di era media sosial. Kesimpulannya, faktor penampilan yang menarik, kemudahan transaksi, dan berbagai keuntungan dari promo menjadi alasan utama bagi ketiga informan untuk membeli produk melalui ShopeePay.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai penggunaan ShopeePay untuk membeli produk bermerek atau mahal guna menunjukkan status sosial, Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan sebagai berikut:

“Ya, saya kadang membeli produk bermerek atau mahal menggunakan ShopeePay karena ingin menunjukkan status sosial. Menggunakan barang bermerek membuat saya merasa lebih dihargai dilingkungan sosial. ShopeePay mempermudah pembelian produk seperti ini karena menawarkan promo, *cashback* dan kemudahan transaksi, sehingga saya lebih terdorong untuk

membeli produk premium yang bisa meningkatkan citra diri saya dimata orang lain.”⁶⁶

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Alvina

Damayanti selaku mahasiswa aktif Akuntansi Syariah angkatan 21

menjelaskan:

“Saya cukup sering menggunakan ShopeePay untuk membeli produk bermerek atau dengan harga yang relatif mahal, dengan tujuan untuk menunjukkan status sosial. Karena kualitas produk juga menjadi pertimbangan untuk pembelian suatu barang karena untuk terlihat lebih eksklusif atau berkelas didepan orang lain.”⁶⁷

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Siti Elita

selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Saya sangat sering membeli produk bermerek sebagai simbol atau status, karena ingin terlihat menarik dan dihargai di mata orang lain. Bagi saya, merek bukan sekadar soal kualitas, tapi juga citra diri. Dengan mengenakan sesuatu yang dianggap ‘berkelas’, saya merasa lebih percaya diri dan lebih mudah diterima dalam lingkungan sosial. Biasanya, saya melakukan pembelian melalui platform online dan menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran karena lebih praktis dan sering ada promo yang menguntungkan.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, disimpulkan bahwa menggunakan ShopeePay untuk membeli produk bermerek atau mahal dengan tujuan untuk menunjukkan status sosial dan meningkatkan citra diri di mata orang lain. Mereka percaya bahwa dengan menggunakan produk bermerek, mereka dapat terlihat lebih dihargai, eksklusif, atau berkelas. Kemudahan transaksi dan penawaran seperti promo atau *cashback* yang ditawarkan oleh ShopeePay semakin mendorong mereka untuk membeli produk-produk berkualitas. Secara

⁶⁶ Nur Laily Maulid Diana diwawancarai oleh Penulis, Jember 22 Desember 2024

⁶⁷ Alvina Damayanti diwawancarai oleh Penulis, Jember 21 Desember 2024

⁶⁸ Siti Elita diwawancarai oleh Penulis, Jember 19 Desember 2024

keseluruhan, pembelian produk bermerek atau mahal ini lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk memperlihatkan status sosial dan citra diri, daripada hanya kebutuhan fungsional semata.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai penggunaan ShopeePay untuk membeli produk mahal karena percaya bahwa produk tersebut akan meningkatkan rasa percaya diri, Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan sebagai berikut:

“Saya pernah membeli produk mahal karena merasa bahwa hal tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri. Menggunakan produk berkualitas atau berharga seringkali membuat saya merasa lebih baik terhadap diri sendiri, terutama dalam hal penampilan dan gaya hidup.”⁶⁹

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Alvina Damayanti selaku mahasiswa aktif Akuntansi Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Iya, saya cukup sering pakai ShopeePay buat beli produk yang harganya cukup mahal karena saya merasa produk itu bisa membantu meningkatkan rasa percaya diri. Biasanya kalau barangnya berhubungan sama penampilan, ada saja pengaruh dari kualitasnya yang bikin kita ngerasa lebih oke, baik di mata sendiri maupun orang lain. Meskipun kadang tidak terlalu butuh, tapi keinginan buat tampil lebih percaya diri jadi alasan kuat kenapa akhirnya saya beli.”⁷⁰

Kemudian pertanyaan yang sama saya ajukan kepada Siti Elita selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 21 menjelaskan:

“Saya merasa lebih percaya diri saat memakai produk berkualitas, karena saya tahu telah memilih yang terbaik. Hal itu membuat saya merasa lebih dihargai, baik oleh diri sendiri maupun orang lain.

⁶⁹ Nur Laily Maulid Diana diwawancarai oleh Penulis, Jember 22 Desember 2024

⁷⁰ Alvina Damayanti diwawancarai oleh Penulis, Jember 21 Desember 2024

Produk yang saya pilih bukan hanya menunjang penampilan, tapi juga mencerminkan standar dan apresiasi saya terhadap diri sendiri. Rasanya seperti bentuk penghargaan atas usaha dan pencapaian yang telah saya raih.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, disimpulkan bahwa mereka memiliki pandangan yang serupa mengenai hubungan antara penggunaan produk mahal dan peningkatan rasa percaya diri. Ketiga informan mengungkapkan bahwa membeli produk berkualitas atau premium, terutama yang berkaitan dengan penampilan, dapat membuat mereka merasa lebih percaya diri. Meskipun terkadang produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan, keinginan untuk tampil lebih baik di mata diri sendiri maupun orang lain menjadi alasan yang kuat untuk melakukan pembelian. Dengan kata lain, produk mahal dianggap sebagai sarana untuk meningkatkan citra diri dan merasa lebih dihargai, baik dari segi penampilan maupun gaya hidup.

3. Pembahasan Temuan

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik penelitian meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi, semuanya terfokus pada pembahasan topik yang ada. Data disajikan dan diteliti dengan cara mendiskusikan hasilnya. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis dan menyajikan penemuan-penemuan yang dibuat di pedoman masing-masing mengenai: Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa sebagai berikut:

⁷¹ Siti Elita diwawancarai oleh Penulis, Jember 19 Desember 2024

1. Bagaimana perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa

Pada bab hasil temuan peneliti menyajikan hasil wawancara dan observasi pada mahasiswa yang berisi gambaran umum dari perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa. Adapun hasil yang peneliti peroleh ialah terlihat bahwa mahasiswa pengguna ShopeePay menunjukkan kecenderungan dalam melakukan pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, berdasarkan hasil dari wawancara bahwa mahasiswa itu melakukan pembelian hanya karena tergoda oleh hadiah atau promo, dan kemasan yang menarik yang ditawarkan ShopeePay.

Sebagai mahasiswa, idealnya belanja itu lebih difokuskan untuk hal-hal yang benar-benar penting dan mendukung aktivitas perkuliahan. Mulai dari membeli buku atau perlengkapan belajar, memenuhi kebutuhan makan sehari-hari, sampai keperluan pribadi yang memang dibutuhkan. Namun narasumber melakukan pembelian barang-barang yang sifatnya bukan kebutuhan pokok, seperti *skincare*, *make up*, pakaian, hingga barang-barang trendi lainnya. Berdasarkan hasil wawancara bahwa membeli produk hanya untuk menunjang penampilan dan guna menunjukkan status sosial.

Dorongan untuk membeli lebih sering berasal dari faktor luar seperti potongan harga, gratis ongkir, tampilan produk yang menarik, maupun karena mengikuti tren yang sedang berkembang.

Perilaku ini sejalan dengan pemikiran Calvins S. Hall yang menjelaskan bahwa tindakan individu bisa dipengaruhi oleh faktor bawah sadar dan pengalaman sosial. Mahasiswa sering kali terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya - baik teman maupun media digital - yang memicu keinginan untuk berbelanja sebagai bentuk eksistensi diri, pencitraan, atau kepuasan emosional. ShopeePay sebagai dompet digital menawarkan berbagai kemudahan yang membuat proses pembelian menjadi cepat dan praktis, sehingga memicu perilaku konsumtif.

Fenomena ini juga sesuai dengan konsep *impulsive buying*, yakni ketika seseorang membeli sesuatu tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu. Dorongan spontan, keinginan sesaat, serta kepuasan emosional menjadi latar belakang keputusan membeli yang tidak rasional. Beberapa informan bahkan mengakui bahwa mereka berbelanja hanya karena tergoda oleh tampilan produk atau promosi, meski produk tersebut tidak benar-benar dibutuhkan.

Hasil temuan ini juga menguatkan beberapa penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Lukmanul Hakim yang menunjukkan bahwa pembelian di kalangan mahasiswa lebih banyak didorong oleh emosi dan lingkungan sosial.⁷² Yudi Saputra juga menyoroti peran fitur ShopeePay

⁷² Hakim, "Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020 Skripsi Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020."

seperti gratis ongkir dalam mendorong pembelian berulang.⁷³ Sementara itu, Tiara Ledy Afista menunjukkan bahwa kemudahan teknologi dan fitur menarik dalam *e-wallet* turut berperan dalam membentuk pola konsumsi Gen-Z.⁷⁴

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan ShopeePay memang memberikan kemudahan dalam transaksi, namun di sisi lain juga berpotensi menumbuhkan kebiasaan konsumtif pada mahasiswa. Kebiasaan ini muncul karena pengaruh dorongan emosional, lingkungan sosial, serta promosi yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk lebih sadar dalam mengelola keuangan dan lebih mampu membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan, agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang tidak terkontrol.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁷³ Yudi Saputra and Edi Ramawijaya Putra, “Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay Dan Fitur Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang” 1, no. 2 (2024): 77–85.

⁷⁴ Tiara Ledy Afista et al., “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-z Terhadap Digital e-Wallet DANA,” *Jurnal Pendidika Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3344–50.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa pengguna ShopeePay cenderung memiliki perilaku konsumtif seperti membeli *skincare*, *make up*, pakaian dan barang trendi lainnya. Mahasiswa sering membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi karena tergoda oleh penawaran yang ada, tampilan produk yang menarik, atau untuk menunjang penampilan dan mengikuti tren. Penggunaan ShopeePay yang praktis membuat mereka lebih mudah mengeluarkan uang tanpa pertimbangan yang matang. Selain itu, kebebasan dalam mengelola keuangan secara mandiri juga membuat mahasiswa rentan melakukan pembelian secara berlebihan, terutama terhadap barang-barang yang bersifat gaya hidup seperti *skincare*, pakaian, dan aksesoris. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeePay turut mendorong pola konsumsi yang tidak terkontrol di kalangan mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diberikan pada pembahasan sebelumnya, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

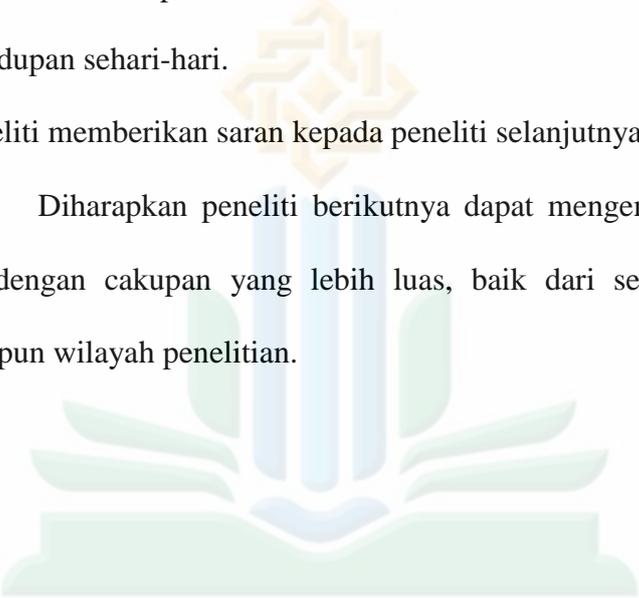
1. Bagi lembaga terkait

Disarankan agar lembaga pendidikan, khususnya UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dapat memberikan edukasi mengenai literasi keuangan digital kepada mahasiswa melalui seminar, *workshop*, atau program pembinaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran

mahasiswa dalam mengelola keuangan secara bijak dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Lembaga juga diharapkan dapat memperkuat nilai-nilai moderasi dalam konsumsi sesuai dengan ajaran Islam agar mahasiswa mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi jumlah informan maupun wilayah penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- . *KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA*. NEM, 2021.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, n.d.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.
- . *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Adelia, Vella, Nelsy Hemilia. “Analisis Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Shopee Dalam Metode Pembayaran ShopeePay Dan COD Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau.” *Jurnal Ekonomi Akuntansi* 1, no. Persediaan (2023): 1–12.
- Afista, Tiara Ledy, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, and Fitri Ayu Nofirda. “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-z Terhadap Digital e-Wallet DANA.” *Jurnal Pendidika Tambusai* 8, no. 1 (2024): 3344–50.
- Atmaja, Yustisiana Susila, and Darminto Hartono Paulus. “Partisipasi Bank Indonesia Dalam Pengaturan Digitalisasi Sistem Pembayaran Indonesia.” *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 3 (2022): 271–86. <https://doi.org/10.14710/mmh.51.3.2022.271-286>.
- Azzahra, Sarah Yuliani, Dian Alfia Purwandari, and Shahibah Yuliani. “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePay Dan Gopay.” *Journal Of Social Science Research Volume* 4 (2024): 8527–36.
- Azzuhra, Liza. “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Di Lingkungan X Kelurahan Paya Pasir” 44, No. 2 (2023): 28.
- Dewiswarga, Chandra. “Analisi Penggunaan ShopeePay Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada CV DB Klik Semarang),” 2023.
- Fikri, Azka. “Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu.” *Komunika* 17, no. 2 (2021): 1–11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>.
- Fintechnesia.com. “Inilah Klasemen Sementara Uang Elektronik Yang Paling Banyak Digunakan,” 2021. <https://fintechnesia.com/2021/03/03/inilah->

klasemen- sementara- uang- elektronik- yang- paling- banyak- digunakan/.

- Fitria Eva, Elvina, and Pitryani. “Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu.” *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 3, no. 2 (2022): 276–80. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.481>.
- Hakim, Lukmanul, Recca Ayu Hapsari. *Buku Ajar Hukum Teknologi Keuangan LAW. Adanu Abimata*, 2022.
- Hakim, Lukmanul. “Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020 Skripsi Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Sebagai E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Kpi Uin Khas Jember Angkatan 2020,” 2024.
- Hidayatullah M.F., Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masrurroh. *Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id*. تقرير, 2016. [Http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.Pdf#Page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.Pdf#Page=7).
- Hidayatullah, M.F, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, and Ahmadiono Ahmadiono. “Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2023): 2836–42. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>.
- IDN Times jakarta. “‘Ini Daftar E-Commerce Paling Digandrungi Gen Z’ .,” 2023. <https://www.idntimes.com/business/economy/trio-hamdani/ini-daftar-e-commerce-paling-digandrungi-gen-z>.
- Indah, Siti, Purwaning Yuwana, Ayu Wulandari, Uin Kiai, Haji Achmad, and Siddiq Jember. “Siti Indah Purwaning Yuwana Dan Ayu Wulandari Pengaruh Brand Pride.” *Web Design Quality*, ... 3, no. 2 (2023). www.kompas.com.
- Kementrian agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta, 2019.
- Lailatul Isna, Winna, Lathifah Nuriyatus Sholihah, and Silvani Maya Kristina. “Dampak Fitur ‘Shopeepay’ Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat.” *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 144–57.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>.
- M, Ali & M, Asrori. “Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik.” *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, 2011.

- Masrohatin, Siti, Hafiz Wahyu Ananda, Rizca Laila Amalia. “Transformasi Digital Branch Dalam Upaya Peningkatan Layanan Di Era Society 5.0 Pada Bank Mandiri Jember.” *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2023).
<https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/view/1761%0A>
<https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/download/1761/1064>.
- Masruroh*, Nikmatul, Ilfanny Dwi Azalia, Miftahul Jannah, and Julia Citra Anggraini. “Literasi Sistem Tranformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah.” *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 406–12. <https://doi.org/10.62085/jms.v2i1.88>.
- Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani. “Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Journal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021): 1–10.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grasindo Persada, 2006.
- Mujahidah, A. Nooriah. “Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar).” *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 2020, 4. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>.
- Munifa, Amelia. “Preferensi Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.(Studi Pada Pengguna Gopay” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2019, 1–12.
- Nadia, Gita, and Driya Wiryawan. “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Studi Pada Pengguna ShopeePay Di Bandar Lampung).” *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3, no. 2 (2022): 185–98. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13486>.
- Nisa, Dwi Amanatun, and Nurul Wulandari Putri. “Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Penggunaan Shopeepay Ditinjau Dari Etika Konsumsi Dalam Islam Studi Kasus Pada Desa Pagerbarang,” 2025.
- Nuha, Sima Davilva Luli. “Pengaruh Minat Beli Pelanggan, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Metode Pembayaran Shopeepay,” 2023, 3.
- Perdana, Imam, Yogi. “Penafsiran Fakhruddin Al-Râzi Tentang Ayat-Ayat Isrâf Dan Tabdzîr Serta Relevansinya Dengan Kehidupan Modern.” *Hadharah:*

Jurnal Keislaman Dan Peradaban 12 No.2, no. 0216–5945 (2018): 2–18.
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/hadharah>.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, cv, 2017.

Priscilia, Lidya Virginia, and Nurman Setiawan Fadjar. “Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya).” *Journal Of Development Economic And Social Studies* 3, no. 1 (2024): 189–99.
<http://dx.doi.org/10.21776/jdessa.2024.03.1.15>.

Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin” 17, no. 33 (2018): 81–95.

Saputra, Yudi, and Edi Ramawijaya Putra. “Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay Dan Fitur Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang” 1, no. 2 (2024): 77–85.

Sofiana. “Manfaat Dan Bahaya Penggunaan ShopeePay Dalam Masyarakat.” *Universitas Muhammadiyah Surabaya*, no. April (2023).

Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta Pres, 2004.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung, 2012.

Tafsir, Dalam, and A L Azhar. “Gaya Hidup Konsumtif Perspektif Al Quran (Studi Ayat Ayat Tabzir Dan Israf Dalam Tafsir Al Azhar),” 2023.

Tim Penyusun. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.

Wardani, Laila Meiliyandrie Indah. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. NEM, 2021.

Wawo, Andi Basru, Safaruddin, and Nurul Qalbi. “Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 02 (2023): 142–53.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori Da Praktik*, n.d.

Zulfitri. “Analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari-Hari Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Uin

Ar-Raniry Banda Aceh.” *Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh*, 2022, 1–79. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29841/1/Zulfitri,150212107,FTK,PTI.pdf>.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Matriks Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI APLIKASI SHOPEEPAY PADA MAHASISWA	Perilaku Konsumtif	A. Membeli produk karena tergoda hadiah B. Membeli produk karena menarik C. Membeli produk untuk menunjang penampilan dan gengsi D. Membeli Produk sebagai symbol status sosial E. Membeli produk mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	Informan: Mahasiswa aktif FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember angkatan 2021	A. Pendekatan Kualitatif B. Jenis penelitian: Deskriptif C. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi D. Analisis Data a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Kesimpulan E. Keabsahan data: a. Triangulasi Sumber	Bagaimana perilaku konsumtif melalui aplikasi ShopeePay pada mahasiswa

Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adeliya Gita Silviana Putri
Nim : 212105010010
Progam Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur- unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dala naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur- unsur penjiplakan da nada klaim dari pihak lain, maka saya sendiri yang bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember 19 Februari 2025

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM KHAJAH
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Adeliya Gita Silviana Putri
NIM 212105010010

Lampiran 3: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN DENGAN JUDUL ANALISIS PERILAKU KONSUMTI MELALUI APLIKASI SHOPEEPAY PADA MAHASISWA

1. Apakah anda pernah membeli suatu produk karena tergoda oleh hadiah atau promo yang ditawarkan saat menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran?
2. Apakah anda pernah membeli suatu produk di Shopee dengan ShopeePay hanya karena kemasannya terlihat menarik, meskipun anda tidak terlalu membutuhkan produk tersebut?
3. Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk yang dapat menunjang penampilan, seperti pakaian atau produk kecantikan, demi tampil menarik didepan orang lain?
4. Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk bermerek atau mahal guna menunjukkan status sosial anda?
5. Apakah anda menggunakan ShopeePay untuk membeli produk mahal karena percaya bahwa produk tersebut akan meningkatkan rasa percaya diri anda?

Lampiran 4: Surat Izin penelitian

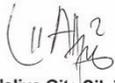
Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
Jawa Timur Kode Pos: 68136

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, maka dengan ini saya :

Nama : Adeliya Gita Silviana Putri
NIM : 212105010010
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Perbankan Syariah

Mohon izin untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 17 Desember – 28 Februrari 2025 mengenai Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Selasa, 17 Desember 2024
Hormat saya,

Adeliya Gita Silviana Putri
NIM 212105010010



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 5: Surat Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

 <p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: infofeb@uinkhas.ac.id Website: www.febi.uinkhas.ac.id</p>	 
--	--

SURAT KETERANGAN
Nomor: 197/D.5.WD.1/02/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a	: Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si
N I P	: 197509052005012003
Pangkat, Gol./Ruang	: Pembina Utama Muda IV/c
Jabatan	: Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Unit kerja	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

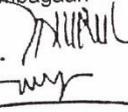
Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

Nama	: Adeliya Gita Silviana Putri
NIM	: 212105010010
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi/ Fakultas	: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, pada tanggal 17 Desember – 28 Februari 2025 dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa**”.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 24 Februari 2025
a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Nurul Widyawati Islami Rahayu

Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian**JURNAL PENELITIAN**

Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa

NO	TANGGAL	KEGIATAN	INFORMAN	PARAF
1.	19 Desember 2024	Wawancara	Siti Elita	<i>HP</i>
2.	21 Desember 2024	Wawancara	Avina Damayanti	<i>Ca</i>
3.	22 Desember 2024	Wawancara	Nur Laily Maulid Diana	<i>Z</i>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 7: Surat Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>




SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Adeliya Gita Silviana Putri
 NIM : 212105010010
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Judul : Analisis Perilaku Konsumtif Melalui Aplikasi ShopeePay Pada Mahasiswa

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Februari 2025
 Operator DrillBit
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


 Mariyas Wahid, M.Ed
 197709142005012004



Lampiran 8: Surat Selesai Bimbingan

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p><small>Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http://febi.uinkhas.ac.id</small></p>	 
<p><u>SURAT KETERANGAN</u></p>		
<p>Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :</p>		
Nama	: Adeliya Gita Silviana Putri	
NIM	: 212105010010	
Semester	: VIII	
<p>Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.</p>		
<p>Jember, 19 Februari 2025 Koordinator Prodi.Perbankan Syariah</p>		
 Ana Pratiwi, SE., AK., MSA NIP. 198809232019032003		
		
<p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R</p>		
		

Lampiran 9: Bukti Dokumentasi Wawancara



Lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No.1, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember,
Jawa Timur 68136



Wawancara dengan Nur Laily Maulid Diana selaku mahasiswa aktif Perbankan
Syariah angkatan 2021



Wawancara dengan Siti Elita selaku mahasiswa aktif Perbankan Syariah angkatan 2021



Wawancara dengan Avina Damayanti selaku mahasiswa aktif Akuntansi Syariah angkatan 2021

21.07

Rincian Pesanan

LIVE GOLDEN RUSH DEALS SAVE... Tonton Sekarang

Aeris Beauté The Onyx 2.0 Brush Set... x1
Rp379.000 Rp284.250

[NOT FOR SALE] Aeris Beaute x Tavi Gratis

Total Pesanan: Rp246.832

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 2502024RQKT4YG Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Waktu Pemesanan 02-02-2025 09:53
Waktu Pembayaran 02-02-2025 09:53
Waktu Pengiriman 03-02-2025 21:01
Waktu Pesanan Selesai 14-02-2025 03:57

Beli Lagi Nilai

21.06

Rincian Pesanan

ARASCARF OFC

Zira Monogram Series Taploca x1
Rp169.000

Total Pesanan: Rp145.550

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 250305SQ1BKX1S Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Waktu Pemesanan 05-03-2025 21:22
Waktu Pembayaran 05-03-2025 21:22
Waktu Pengiriman 06-03-2025 21:17
Waktu Pesanan Selesai 10-03-2025 04:16

Beli Lagi Nilai

21.06

Rincian Pesanan

LIVE OR! SAFF & Co. Official Shop

LIVE MEGA SALE PROMO #Saint... Tonton Sekarang

SAFF & Co. Extrait de Parfum - OMNIA x1
Rp199.000 Rp157.900

Total Pesanan: Rp140.396

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 250223VEMNYP2J Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Waktu Pemesanan 23-02-2025 09:43
Waktu Pembayaran 23-02-2025 09:43
Waktu Pengiriman 02-02-2025 14:29
Waktu Pesanan Selesai 05-03-2025 03:54

Beli Lagi Nilai

21.06

Rincian Pesanan

LIVE OR! fabronfrags Official Store

fabronfrags - Parfum Johan Malik - E... x1
Rp190.000 Rp176.700

Total Pesanan: Rp151.390

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 250303MK1F3357 Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Waktu Pemesanan 03-03-2025 20:27
Waktu Pembayaran 03-03-2025 20:27
Waktu Pengiriman 05-03-2025 02:57
Waktu Pesanan Selesai 10-03-2025 04:16

Lihat Lebih Sedikit

Beli Lagi Nilai

21.06

Rincian Pesanan

LIVE BELIA INSTAPERFECT Skincove...
CustomREFIL_22Llvory,INSTAPERFECT x1
Rp250.000 Rp104.900

LIVE BELIA WARDAH Glasting Liquid...
Liq.Lip_15BlosomVeil,WARDAH Glasting x1
Rp150.000 Rp69.300

LIVE BELIA Shinzui Body Scrub 120 g...
Lulur Sakura Besar,Shinzui x1
Rp16.000 Rp15.000

Total Pesanan: Rp154.556

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 2503217TAAP2V9 Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Beli Lagi Nilai

Star Shelavera

Shelavera - Kyra Vest, Vest Korean Styl...
Moss Green x1
Rp170.000 Rp136.000

Total Pesanan: Rp120.552

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 2409285YU0H29 Salin

Metode Pembayaran ShopeePay

Nota Pesanan / Faktur Lihat

Rincian Pesanan

ORI Watsons Indonesia Official

SKINTIFIC 5% Panthenol Acne Calmin... x1
Rp169.000 Rp101.400

COSRX Low PH Good Morning Cleans... x1
Rp70.600 Rp43.900

Total Pesanan: Rp120.187

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 250326J0F4E68U **Salin**

Metode Pembayaran **ShopeePay**

Nota Pesanan / Faktur **Lihat**

Ajukan Pengembalian **Nilai**

Nota Pesanan / Faktur

Klik tombol untuk mendapatkan faktur pesanan melalui email **Kirim**

No. Pesanan: 250302HBXYDMQF

Total Pembayaran **Tanggal Transaksi**
Rp186.567 **02/03/25**

Rincian Pengiriman **Metode Pembayaran**
ShopeePay

Rincian Pesanan

Ziella - Shafwa Abaya 2in1 Outer dan L... x 1
Variasi: Wood,Set With Beads S **Rp194.397**

Subtotal untuk Produk **Rp194.397**

Subtotal Pengiriman - Reguler **Rp17.000**

Biaya Layanan **Rp1.900**

Total Diskon Pengiriman **-Rp17.000**

Voucher Shopee Digunakan **-Rp9.720**

Koin Shopee Ditukarkan **-Rp10**

Total Pembayaran **Rp186.567**

Start topsy shop

UNIQLO RAYON KEMEJA TANGAN PA... x1
PUTIH S **Rp199.000 Rp135.320**

Total Pesanan: Rp116.693

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 241226TR69F20S **Salin**

Metode Pembayaran **ShopeePay**

Nota Pesanan / Faktur **Lihat**

Lihat Semua

Beli Lagi **Nilai**

Rincian Pesanan

[BUY 5 FREE GIFT] Paris Jadul Premiu... x2
DOVE GREY,115x115cm **Rp19.999 Rp14.999**

[BUY 5 FREE GIFT] Paris Jadul Premiu... x2
Alter,115x115cm **Rp19.999 Rp14.999**

[BUY 5 FREE GIFT] Paris Jadul Premiu... x1
Frapuccino tua,115x115cm **Rp19.999 Rp14.849**

[BUY 5 FREE GIFT] Paris Jadul Premiu... x1
Frapuccino tua,115x115cm **Rp19.999 Rp14.999**

Total Pesanan: Rp172.520

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 2502159E6HYQGF **Salin**

Metode Pembayaran **ShopeePay**

Beli Lagi **Nilai**

bwbyaz

BWBYAZ - Celine Embroidery Shirt x1
Marry red,Petite Size **Rp159.000**

Subtotal Produk **Rp159.000**

Subtotal Pengiriman **Rp17.000**

Subtotal Diskon Pengiriman **-Rp17.000**

Voucher Shopee Digunakan **-Rp31.800**

96 Koin Shopee Ditukarkan **-Rp96**

Biaya Layanan **Rp1.364**

Total Pesanan: Rp128.468

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 240914VYB913RJ **Salin**

Metode Pembayaran **ShopeePay**

Moozee.co

BYMOOZEE SWEATER VELVE x1
velve mocca **Rp200.000 Rp189.750**

Total Pesanan: Rp162.377

Butuh Bantuan?

- Ajukan Pengembalian
- Hubungi Penjual
- Pusat Bantuan

No. Pesanan 250318048TKB68 **Salin**

Metode Pembayaran **ShopeePay**

Nota Pesanan / Faktur **Lihat**

Lihat Semua

Kamu Mungkin Juga Suka

Beli Lagi **Nilai**

Bukti Screenshot riwayat transaksi yang pernah dilakukan oleh para narasumber

Lampiran 10: Biodata Penulis**BIODATA PENULIS****Data Diri**

Nama : Adeliya Gita Silviana Putri
 Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 25 Mei 2003
 NIM : 212105010010
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Progam Studi : Perbankan Syariah
 Alamat Gresik : Jl Margajaya Rt 02 Rw 03 Bolo Ujungpangkah
 No. Tlp : 088996082580
 Email : adeliyagita25@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. PAUD Muslimat NU 120 Ihyaul Islam (2007)
2. TK Muslimat NU 120 Ihyaul Islam (2008-2009)
3. MI Ihyaul Islam Bolo Ujungpangkah (2010-2015)
4. MTS Ihyaul Islam Bolo Ujungpangkah (2016-2018)
5. SMA Negeri 1 Sidayu Gresik (2019-2021)
6. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 - a. Fakultas Prodi : FEBI/ Perbankan Syariah
 - b. Angkatan : 2021
 - c. NIM : 212105010010