

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, LAYANAN DOMPET
DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM (FEBI) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) KIAI
ACHMAD SIDDIQ (KHAS) JEMBER**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**
Disusun Oleh:
ZASQIA NOER ALIYAH
214105030046

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
JUNI 2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, LAYANAN DOMPET
DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS (FEBI) ISLAM UNIVERSITAS ISLAM (UIN) NEGERI KIAI
ACHMAD SIDDIQ (KHAS) JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Proram Studi Akuntansi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Disusun Oleh:
ZASQIA NOER ALIYAH
214105030046

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

**PENGARUH PENGUNAAN MEDIA SOSIAL, LAYANAN DOMPET
DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM (FEBI) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) KIAI
ACHMAD SIDDIQ (KHAS) JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Proram Studi Akuntansi Syariah



Oleh:
Zasqia Noer Aliyah
NIM: 214105030046

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

Disetujui Pembimbing:



M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E
NIP. 198107022023211003

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, LAYANAN DOMPET
DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM (FEBI) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) KIAI
ACHMAD SIDDIQ (KHAS) JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Senin

Tanggal: 16 Juni 2025

Tim Penguji:

Ketua

Dr. H. Ubaidillah, M.Ag

NIP. 196812261996031001

Sekretaris

Ayyu Ainin Mustafida, M.E

NIP. 199107152019032013

Anggota:

1. Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E

()

2. M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E

()

Menyetujui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M. Ag

NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَعَاثَ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghamburhamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.¹

(QS, Al-Isra: 26-27)



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

¹ Qur'an Surat Al-Isra (26-27)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah Swt dan atas dukungan dan doa orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis sampaikan rasa Syukur dan terima kasih kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayah Syeh Munir dan pintu surgaku Mama Noerita. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga Ayah dan Mama diberikan kesehatan dan ahagia selalu
2. Keluarga besarku yang saya sayangi. Om Husein, Mamak, adik-adikku tercinta dan yang lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis dan semoga kelak saya bisa membahagiakan kalian.
3. Kepada sahabat-sahabat saya terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan.
4. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan ini.

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan Syukur alhamdulillah, penulis panjatkan puja dan puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan kami yang telah menebarkan risalah kebenaran dimuka bumi ini.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan dompet Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember”, sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari menemukan banyak kesulitan dan halangan, namun atas Ridha Allah SWT dan dukungan dari semua pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

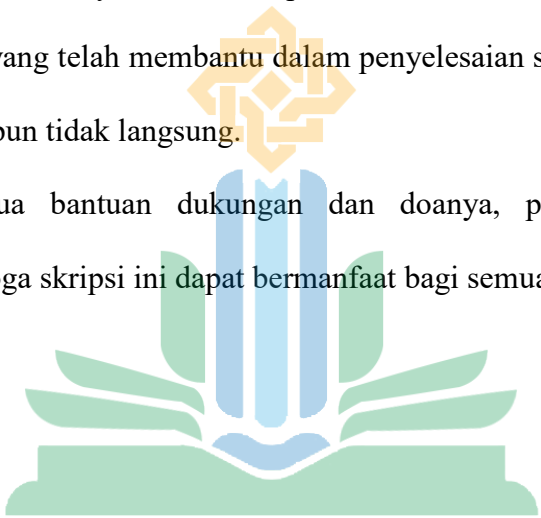
1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M., Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
3. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

4. Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak. selaku Koordinasi Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. Sofiah, M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
6. M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas semua bantuan dukungan dan doanya, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 15 Mei 2025

Penulis



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

ABSTRAK

Zasqia Noer Aliyah, 2025: Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan dompet Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember

Kata Kunci: media sosial, layanan dompet digital, literasi keuangan syariah, perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Perilaku konsumtif mahasiswa bisa dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, layanan dompet digital sebagai kemudahan bertransaksi, dan minimnya penerapan pemahaman tentang literasi keuangan syariah. Fenomena penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah adalah topik yang sangat menarik untuk diteliti, terutama di kalangan mahasiswa.

Rumusan masalah: 1) bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 2) Bagaimana pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 3) Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 4) Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

Tujuan penelitian: 1) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2) Untuk mengetahui pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 4) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan total sampel 125 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji parsial atau uji t, dan uji simultan atau uji F.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa 1) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2) Layanan dompet digital berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3) Literasi keuangan syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 4) Variabel penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Masalah.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
F. Definisi Operasional.....	13
G. Asumsi Penelitian	14
H. Hipotesis.....	15
I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II	19
Kajian Pustaka	19
A. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Kajian Teori.....	31

BAB III.....	55
METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi dan Sampel	56
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	58
D. Analisis Data	61
BAB IV	69
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	69
A. Gambaran Objek Penelitian.....	69
B. Penyajian Data	74
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	77
D. Pembahasan.....	93
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	J E M B E R
1. Matriks Penelitian	
2. Pedoman Angket Penelitian	
3. Dokumentasi Penelitian	
4. Hasil Uji dan Analisis IBM SPSS	
5. Jurnal Kegiatan Penelitian	
6. Surat Izin Penelitian	
7. Surat Selesai Penelitian	
8. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
10. Surat Selsai Bimbingan	
11. Biodata Peneliti	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Dompot Digital diIndonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Pengguna Dompot Digital Tertinggi	3
Tabel 1.3 Indikator Variabel	12
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa	56
Tabel 3.2 Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	64
Tabel 4.1 Kelas Responden	75
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Dompot Digital Yang Dimiliki	76
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Dimiliki	76
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	77
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Madia Sosial	79
Table 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Dompot Digital	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Komolgorov Smirnov	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients.....	86
Tabel 1.13 Hasil Uji T (Parsial)	88
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hubungan Dari Setiap Variabel Dalam Suatu Penelitian	15
Gambar 4.1 Gedung Febi UIN KHAS Jember	69
Gambar 4.2 Struktur Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Normal Probability Plot.....	83
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	85



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan zaman semakin modern, teknologi berkembang pesat sangat mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia termasuk perilaku konsumen. Salah satu manifestasi dari perkembangan ini adalah semakin dominannya peran media sosial dan layanan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari, tak kecuali bagi kalangan mahasiswa.

Konsumsi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Konsumsi yang berdasarkan pada keinginan dapat membuat perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif kegiatan konsumsi yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kegiatan belajar untuk mengurangi penat dan stres akibat kesibukan sehari-hari. Kebiasaan belanja yang berlebihan akan menimbulkan perilaku konsumtif dan masalah pada pengelolaan keuangan. Perkembangan teknologi membuat banyak orang lebih mudah untuk mencari barang yang diinginkan. Hal tersebut membuat orang-orang berbelanja untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhan. Kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat masyarakat memiliki perilaku konsumtif.²

Teknologi memiliki peran untuk mempermudah manusia memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Salah satu teknologi dalam sektor keuangan

² Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. (2017).

yang banyak digunakan adalah dompet digital. Dompet digital merupakan akun prabayar yang dilindungi password dan uang penggunanya disimpan secara elektroni dan dapat digunakan untuk pembayaran online. Dompet digital di operasikan menggunakan smartphone yang akan mempermudah proses transaksi. Tidak hanya digunakan untuk bertransaksi, dompet digital juga dapat digunakan untuk membayar kebutuhan masyarakat, seperti pembayaran Listrik, internet, dan lain-lain.

Pengguna aplikasi dompet digital berkembang pesat dan banyak perusahaan bersaing untuk memberikan layanan terbaik seperti Gopay, OVO, DANA, Shopeepay dan LinkAja. Persebaran dompet digital sudah hampir diseluruh wilayah Indonesia dan salah satu provinsi dengan penggunaan dompet digital terbanyak di Indonesia adalah Jawa Tengah. Dompet digital juga berkembang seiring dengan perkembangan marketplace dan e commerce di Indonesia, seperti Bukalapak, Shoppe, dan Tokopedia. Kemudahan dan promosi yang ditawarkan mendorong pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital.³

Tabel 1.1
Data Pengguna Dompet Digital di Indonesia

E-Wallet	Persentase
Gopay	71%
OVO	70%
Dana	61%
Shopeepay	60%
LinkAja	27%

Sumber: Darin Rania. “Survei Dompet Digital Paling Favorit Di Indonesia”, *Jubelio.com*, 2024

³ Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. “Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics”. *INOVASI*, 17(2), 377–385 (2021).

Transaksi pembayaran secara digital telah mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya yang diketahui dari kenaikan sebesar 122,89% yang bermula pada tahun 2017 sampai 2021. Bank Indonesia melaporkan bahwa pertumbuhan pada nilai transaksi secara elektronik atau digital ini dipicu oleh semakin meningkatnya kegiatan belanja online pada seluruh kalangan masyarakat.⁴

Menurut survei *East Ventures* (EV) berjudul “*Digital Competitiveness Index 2023*,” dompet digital menjadi salah satu metode pembayaran terpopuler di Indonesia. Faktanya, 81% responden mengatakan pada tahun 2022, dompet digital akan menjadi metode pembayaran terpopuler. Diperkirakan pengguna baru dompet digital di Asia Tenggara akan bertambah sebanyak seperempat miliar pada tahun 2025. Sementara itu, Indonesia diperkirakan menjadi kontributor terbesar dengan menambah 130 juta pengguna pada periode yang sama. Data yang bersumber dari InfoBrief International Data Corporation (IDC) dan didukung oleh 2C2P Indonesia.⁵

Tabel 1.2
Data Pengguna Dompet Digital Tertinggi

Pengunaan	Persentase
Belanja online	79%
Pembelian Pulsa	78%
Transfer Uang	78%
Pengecekan histori transaksi	70%
Transfer bank	69%

Sumber: Nada Naurah, “E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, Ini Potensinya Pada 2025 Mendatang - GoodStats,” 2023

⁴ Darin Rania. “Survei Dompet Digital Paling Favorit Di Indonesia”, *Jubelio.com*, 2024

⁵ Nada Naurah, “E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, Ini Potensinya Pada 2025 Mendatang - GoodStats,” 2023

Tingginya penggunaan dompet digital perlahan mengubah gaya hidup masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia, khususnya dalam hal belanja online. Perubahan sistem berbelanja dari yang langsung datang ke toko menjadi belanja online yang dapat kapan saja dan dimana saja (*fleksibel*).⁶ Gaya hidup seseorang juga dipengaruhi oleh literasi keuangan, terutama untuk literasi keuangan syariah karena Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakat beragama Islam. Untuk itu pentingnya literasi keuangan syariah bagi masyarakat agar terhindar dari perilaku konsumtif (boros), yang dimana perilaku konsumtif atau boros itu dilarang dalam Islam.

Literasi keuangan syariah adalah wawasan, informasi dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai ekonomi, keuangan dan perbankan syariah serta dapat membedakan antara sistem keuangan syariah dengan sistem keuangan konvensional dan mampu mengambil keputusan terbaik untuk mengelola keuangan berdasarkan literasi yang dimilikinya. Literasi keuangan syariah menjadi suatu kewajiban bagi setiap muslim. Sebagai seorang muslim, individu harus mempelajari ilmu dan mencari pengetahuan terkait ilmu ekonomi, keuangan dan perbankan syariah untuk mencapai kesejahteraan atau *falah* di dunia dan akhirat.⁷

Sebagaimana yang dicantumkan dalam dalil Al-Qur'an mengenai perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut. Terdapat dalam Q.S. Al Isra' ayat 26 & 27:⁸

⁶ Eri Yanti Nasution dkk., "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 3, no. 2 (30 Juni 2020): 506–19.

⁷ Dian Sugiarti, "Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (studi kasus pada siswa SMK di Jakarta), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(01),2023,766-772.

⁸ Al- Qur'an surat Al- Isra Ayat 26&27.

Al Isra ayat 26

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Wa ati zal-qurba haqqahu wal-miskina wabnas-sabili wa la tubazzir tabzira.

Artinya: "Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."

Al Isra ayat 27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Innal-mubazzirina kanu ikhwanasy-syayatin, wa kanasy-syaitanu lirabbihi kafura.

Artinya: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya."

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kita hendaknya membantu orang lain dan tidak patut bertindak boros atau berlebihan ketika berbelanja karena mereka yang melakukan pemborosan dianggap sebagai saudara setan. Dan dalam arti "setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya" menjelaskan bahwa setan tidak mau menerima karunia yang Allah anugerahkan kepadanya, tidak mau mengikuti-Nya, dan bahkan berperilaku tidak taat menentang perintah, karenanya ingkar adalah salah satu sifat setan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauziah dan Nurhasanah menunjukkan bahwa dompet digital berdampak signifikan dan positif terhadap Tingkat konsumtif mahasiswa.⁹ Saat penggunaan dompet digital tinggi perilaku konsumtif mahasiswa pun ikut meningkat. Mayoritas masyarakat

⁹ Fauziah,N, Nurhasanah, N, " The Effect Of The Perception Of Electronic Money On Consumptive Behavior Of Sebi Students" *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol.8 No.1 2020.

sering bertransaksi menggunakan dompet digital. Banyaknya promo dan penawaran lain membuat banyak orang beralih menggunakan dompet digital. Pendapat lain dikemukakan oleh Kamil dan Istianingsih yang menjelaskan bahwa penggunaan dompet digital tidak berdampak pada perilaku konsumtif secara signifikan. Masyarakat pengguna digital selalu mengontrol pengguna dompet digital untuk menghindari masalah pengeluaran berlebihan.¹⁰

Mangkunegara, menjelaskan lebih lanjut lagi bahwa perilaku konsumtif pada remaja bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, beberapa diantaranya adalah, faktor kelompok anutan dan faktor penggunaan media sosial. Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.¹¹

Begitu banyak jenis media sosial, dalam buku yang berjudul Media Sosial ada enam kategori besar media sosial yaitu: Social Networking, Blog, Microblogging, Media Sharing, Social Bookmarking, dan Wiki. Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tiktok termasuk ke dalam jenis media sosial kategori social networking. Tiktok saat ini banyak digunakan

¹⁰ Kamil, I, Istianingsih, "Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. TEST Engineering & Management, 2020. 83

¹¹ Mangkunegara. *Perilaku konsumen*. (Bandung: PT Refika Aditama) 2022.

sebagai media pemasaran digital berbasis gambar, video, dan konten menarik untuk menarik konsumen terutama generasi millennial agar membeli produk yang ditawarkan.¹² Tiktok adalah platform media sosial yang menggunakan pemasaran digital untuk membuat promosi video kreatif guna menarik pembelian pribadi.¹³

Mahasiswa pada dasarnya cenderung mudah tergiur dengan kehadiran promo menarik dalam melakukan aktifitas berbelanja, dimana mahasiswa semakin terbiasa untuk membeli produk yang tidak didasarkan oleh kebutuhan. Perilaku ini tentunya salah satu bentuk sikap negative dalam pengelolaan keuangan mahasiswa, sehingga sangat penting untuk meningkatkan pemahaman terkait aspek keuangan guna menghindari persoalan terkait keuangan. Literasi keuangan yang minim pada mahasiswa akan mendorong mereka untuk mengambil keputusan yang salah, sedangkan ketika mereka memiliki pemahaman mendalam dan pemahaman yang baik terkait keuangan justru mempermudah dalam memahami produk ataupun pelayanan keuangan guna dimanfaatkan secara optimal.¹⁴

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pola perilaku mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, peneliti menemukan bahwa masih banyak mahasiswa yang mendapatkan pengetahuan literasi keuangan

¹² M.F Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik Dot.id", Human Falah, Vol. 10 No. 1 2023.3

¹³ Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi", *Jurnal commo*, Vol. 3 No. 1 2019.

¹⁴ Haryana, R. D. "Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping". *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29.(2020).

syariah, namun tidak banyak yang menerapkan. Peneliti tertarik pada problem ini, karena jika pengetahuan ini tidak diaplikasikan atau diterapkan dalam hal keuangan sehari-hari, Maka ada kecenderungan untuk sikap boros (konsumtif) atau tidak memahami bahwa sumber keuangan tidak hanya dari satu sisi (orang tua). Faktanya mahasiswa yang belum dapat mengelola keuangan dengan baik akan kebingungan dan cenderung bersikap konsumtif. Mereka lebih sering membeli barang yang diinginkan daripada yang benar-benar butuhkan. Mahasiswa umumnya lebih tertarik untuk membeli produk jika ada diskon di mall/media sosial bahkan mudah terbujuk rayuan iklan, suka mengikuti tren teman, dan lebih mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan yang menyebabkan pemborosan. Oleh karena itu, pentingnya untuk mengubah pola pikir konsumsi oleh mahasiswa yang sebelumnya lebih bersifat selektif untuk lebih efektif. Selain itu, mengubah kebiasaan yang irasional menjadi rasional.

Dilihat dari problem mahasiswa sekitar Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, bahwa pentingnya sebuah pengetahuan dalam mengelola keuangan agar tidak berlebihan saat mengambil keputusan maka, perlu di edukasi bahkan telah muncul pada penerapannya tetapi sedikit yang menghasilkan keilmuan itu mulai dari cerdas membaca peluang keuangan, produktif dalam berwirausaha dan kemampuan dalam mengelola keuangan. Dapat disimpulkan, menjadi ketertarikan bahwa mayoritas studi literasi keuangan syariah, tetapi belum adanya indikasi penerapan literasi keuangan syariah di kehidupan sehari-hari. Dengan adanya pengetahuan keuangan dan

literasi keuangan syariah akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, maka individu dapat memaksimalkan nilai waktu, uang, dan keuntungan yang diperoleh seorang individu akan semakin tinggi dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah mahasiswa Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Mahasiswa ini adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan pemahaman tentang literasi keuangan syariah di mata kuliah manajemen syariah dan masih aktif dalam pembelajaran perkuliahan. Rata-rata mahasiswa Prodi akuntansi syariah angkatan 2022 ini merupakan mahasiswa rantauan, yang mendapatkan belanja bulanan ataupun kiriman dari orang tuanya. Hal tersebut membuat mereka jauh dari orang tua, sehingga untuk segala urusan mereka harus mengurus sendiri, terutama dalam urusan membelanjakan keuangan.

Dengan adanya pernyataan diatas, maka peneliti perlu melakukan beberapa langkah penelitian yang mendalam dengan mengangkat judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan dompet Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

2. Bagaimana pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperdalam ilmu pengetahuan peneliti dalam bidang literasi keuangan syariah, memperluas pengetahuan tentang pengaruh-pengaruh literasi

keuangan syariah di Indonesia. Di samping itu penelitian ini juga sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dan dipelajari di perguruan tinggi islam. Melalui penelitian ini peneliti juga dapat membantu pembaca untuk memahami apa saja yang akan diteliti dan berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk pengimplementasian yang diperoleh atas bidang penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah yang dapat menjadi indeks perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan dalam mengetahui seberapa berpengaruhnya penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah yang dapat menjadi indeks perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan obyek dari penelitian yang dapat menjadi titik tolak suatu penelitian agar lebih mendapat perhatian dari penelitian

tersebut. Pada penelitian variabel dibagi menjadi dua yaitu variabel independent atau variabel bebas dan variabel dependent dan terikat.¹⁵

a. Variabel independent (variabel bebas)

Variabel bebas sendiri merujuk kepada variabel yang berpengaruh terhadap perubahan atau penyebab dari timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independent dalam penelitian ini yaitu Media sosial (X1), layanan dompet digital (X2), literasi keuangan syariah (X3).

b. Variabel dependent (variabel terikat)

Variabel terikat ialah variabel sebagai minat utama peneliti untuk menemukan variabel lain yang dapat mempengaruhi.¹⁶ Adapun variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

2. Indikator Penelitian

Berikut adalah indikator dari tiap-tiap variabel:

Tabel 1.3
Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Media sosial	a. Kemudahan b. Kepercayaan c. Kualitas informasi
Layanan dompet digital	a. Manfaat dompet digital b. Sikap pengguna c. Inovasi dompet digital
Literasi keuangan syariah	a. Pengetahuan b. Kemampuan

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cetakan 23 (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

¹⁶ Ana Pratiwi, Kuni Zakkiyatul Laila, Daru Anando, "Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia", *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1 2022

	c. Sikap d. Kepercayaan
Perilaku konsumtif	a. Membeli produk karena iming-iming memberi b. Beli produk karena kemasannya menarik c. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga e. Membeli produk hanya menyimpan simbol dan status f. Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan contoh yang diiklankan g. Mencoba lebih dari dua produk serupa

F. Definisi Operasional

1. Media sosial

Media sosial merupakan layanan aplikasi berupa internet dimana penggunaannya mengkomunikasikan pemikiran, pendapat, ide, dan pengalaman. Media online melalui internet yang memungkinkan masyarakat untuk langsung terhubung, berkontribusi, dan bertukar materi dikenal dengan sosial media.

2. Layanan Dompot Digital

Dompot digital merupakan salah satu solusi paling cepat untuk metode pembayaran yang paling efektif dan efisien. Dapat disimpulkan bahwa dompet digital merupakan aplikasi elektronik yang efektif untuk transaksi secara online serta efisien karena tanpa kartu ataupun uang tunai dan dapat diakses menggunakan smartphone.

3. Literasi keuangan syariah.

Literasi keuangan syariah merujuk pada pemahaman dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan pribadi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan syariah serta penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir*.

4. Perilaku Konsumtif

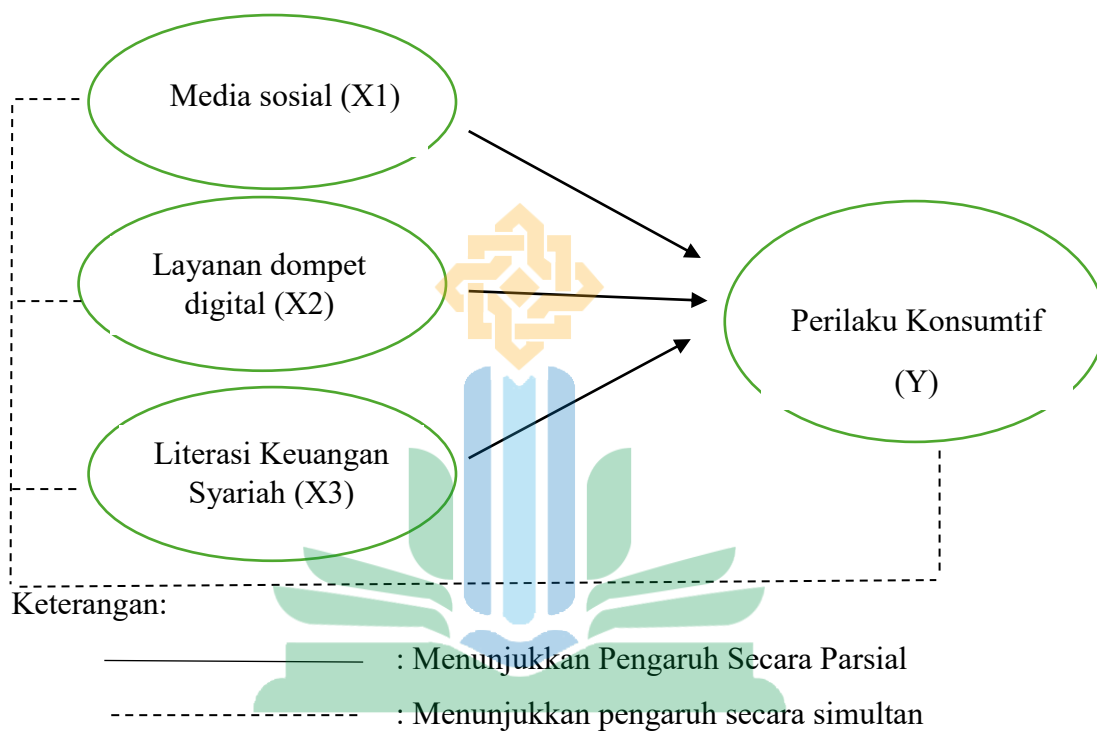
Perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen. Definisi ini memberikan gambaran sederhana tentang perilaku konsumtif karena tidak menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah konsumtif yang berlebihan. Lebih khusus lagi, perilaku konsumtif mengacu pada perilaku individu yang tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang tidak diinginkan tanpa memahami fungsi utamanya.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggaran dasar yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti.¹⁷ Asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa diperguruan tinggi islam dipengaruhi media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah.

¹⁷ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, (Jember: UIN KHAS, 2021).

Berikut adalah model penelitian yang digunakan untuk menggambarkan hubungan pengaruh dari setiap variabel dalam suatu penelitian:



H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara agar dalam perumusan masalah dari penelitian ini bisa dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Karena hal ini sementara maka didasari dengan teori-teori yang relevan, yang mana belum adanya 33 fakta-fakta empiris yang peneliti dapatkan melalui data-data yang dikumpulkan. Maka dari itu hipotesis adalah jawaban teoritis terhadap suatu perumusan masalah yang belum menjadi jawaban empiris.¹⁸

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022) 63.

1. Pengaruh Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis pertama (H1) yang diajukan adalah :

Ho: Penggunaan media sosial Tiktok tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

H1: Penggunaan media sosial Tiktok berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis kedua (H2) yang diajukan adalah:

Ho: Layanan dompet digital tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

H2: Layanan dompet digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis (H3) yang diajukan adalah:

Ho: Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

H3: Literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka perumusan hipotesis keempat (H4) secara simultan yang diajukan adalah:

Ho: Pengguna media sosial tiktok, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

H4: Pengguna media sosial tiktok, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

I. Sistematika Pembahasan

1. Bab I: Pendahuluan

Pertama berfungsi sebagai pengantar sejarah topik, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, dan ruang lingkup studi, yang mencakup definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

2. Bab II: Kajian Pustaka

Penelitian sebelumnya dan pemyelidikan teoritis disertakan dalam bab kedua. Bab II membahas ide-ide terkait yang mendukung perhatian utama, terutama yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, layanan dompet digital, literasi keuangan syariah, dan perilaku konsumtif.

3. Bab III: Metode Penelitian

Bab ketiga membahas populasi dan sampel, metode dan alat pengumpulan data, analisis data, serta metodologi dan jenis penelitian.

4. Bab IV: Penyajian Data dan Analisis

Bab keempat memberikan gambaran tentang objek penelitian, memberikan data, mngkaji, menguji, dan membahas hipotesis.

5. Bab V: Penutup

Temuan penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa disajikan pada bab kelima berserta.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasnya. Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Putri Nur Aini, Sri Rahayuningsih (2024) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat literasi ekonomi guna membuka pengetahuan tentang uraian ekonomi supaya bebas dari sikap konsumtif. Jenis dari Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer yang berasal langsung dari subjek penelitian dengan cara online melalui google form, nantinya dari hasil data google form yang diperoleh diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel X (literasi ekonomi islam) tidak ada pengaruh pada variabel Y (perilaku konsumtif), hasil ini didukung dengan hasil analisis R Squared dengan nilai 6,5% maka yang berarti jika literasi ekonomi islam besar maka perilaku konsumtif rendah, begitu pula kebalikannya, bila

literasi ekonomi islam rendah maka sikap konsumtif akan semakin besar.¹⁹

2. Penelitian Aulia Rahmi, Erisa Nilasari, Abdul Gafur (2024) yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Tiktok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin“. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field Research). Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dan teknik sampling menggunakan sampling incidental serta menghitung sampel menggunakan rumus lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu uji T (parsial) menunjukkan bahwa variabel media sosial tiktok dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu $0,00$ dan $0,02 < 0,05$ yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Dan untuk variabel dompet digital dengan nilai signifikan sebesar $0,12 > 0,05$ yang artinya tidak terdapat pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y), maka H₀ diterima dan menolak H_a.²⁰

¹⁹ Putri Nur Aini, Sri Rahayu Ningsih, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya” Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Vol. 2 No. 2 (2024).

²⁰ Aulia Rahmi, Erisa Nilasari, Abdul Gafur, “Penggunaan Media Sosial Tiktok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Di kota Banjarmasin” Jurnal Al-Ujrah Vol. 2 No. 1 (2024).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa Dea Lestari, Husnul Fikriyah (2023) yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Pengguna ShopeePay Di Surabaya)”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi guna membuka pengetahuan tentang uraian ekonomi supaya bebas dari sikap konsumtif. Jenis dari Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer yang berasal langsung dari subjek penelitian dengan cara online melalui google form, nantinya dari hasil data google form yang diperoleh diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel X (literasi ekonomi islam) tidak ada pengaruh pada variabel Y (Perilaku Konsumtif), Hal ini didukung dengan hasil analisis R squared dengan nilai 6,5%, Maka yang berarti jika literasi Ekonomi Islam besar maka perilaku konsumtif rendah, begitu pula sebaliknya, bila literasi Ekonomi Islam rendah maka sikap konsumtif akan semakin besar.²¹
4. Penelitian yang dilakukan oleh I. G. N Okta Ariwangsa, Gde Bagus Surya Jayanatha (2023) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di Kota Denpasar”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi

²¹ Anisa Dea Lestari, Husnul Fikriyah, “Pengaruh Literasi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Pengguna ShopeePay Di Surabaya)” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 6 No. 2 (2023).

bagaimana Tingkat literasi keuangan serta pemanfaatan dompet digital dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Studi ini menargetkan populasi yakni seluruh mahasiswa aktif pada Universitas swasta di Bali. Melalui penentuan sample, diperoleh sejumlah 100 mahasiswa aktif yang berpartisipasi dalam studi. Data empiris dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis melalui pendekatan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perolehan hasil uji instrument, hasil uji validitas dari variabel Literasi Keuangan, Penggunaan Dompet Digital, dan Perilaku konsumtif menunjukkan telah memenuhi syarat validitas yang ditunjukkan melalui diperolehnya nilai koefisien korelasi diatas 0,3 dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.²²

5. Penelitian Madhan Abidzar, Mintasi Indriayu, Aniek Hindrayani (2023) yang berjudul “Pengaruh Dompet Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan pengaruhnya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif secara kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan

²² I. G. N Okta Ariwangsa, Gde Bagus Surya Jayanatha, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar” *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol. 11 No. 3 (2023).

angket atau kuesioner. Teknik pengambilan sampel memakai teknik nonprobability sampling, yaitu purposive sampling dengan sampel sebanyak 385 Mahasiswa S1/D3 di Kota Surakarta. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: (1) Dompot digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta, dompot digital memudahkan mahasiswa untuk berbelanja di mana saja membuat mahasiswa menjadi konsumtif. (2) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, pemahaman yang baik mengenai keuangan membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. (3) Dompot digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.²³

6. Penelitian Anggi Ariena Lu'ulqolby Gunawan, Ajeng Winarti (2022) yang berjudul "Pengaruh Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini". Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk meliputi 1) mengetahui manfaat dompot digital terhadap transaksi retail masyarakat dilihat dari kenaikan pemesanan transportasi online, pemesanan makanan online, dan transaksi e-commerce. 2) Untuk mengetahui apakah dompot digital mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat dilihat dari kenaikan transaksinya. 3) Untuk mengetahui apakah dompot digital memiliki pengaruh terhadap gaya hidup

²³ Madhan Abidzar, Mintasi Indriayu, Aniek Hindrayani, "Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta" Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Vol. 7 No. 2 (2023).

masyarakat. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan purposive sampling. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa dompet digital memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dompet digital yang mudah, aman dan efisien serta inovatif membuat transaksi retail mahasiswa meningkat terutama untuk transaksi retail yaitu transportasi online, pemesanan makanan dan transaksi e-commerce.²⁴

7. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Nur Zianti (2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi ekonomi syariah IAIN Takengon. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan populasi dan sampel adalah mahasiswa program studi ekonomi syariah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Sederhana dengan pengujian Validitas dan Realibilitasterhadap data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang negative dan tidak berpengaruh terhadap perilaku

²⁴ Anggi Ariena Lu'ulqolby Gunawan, Ajeng Win, “Pengaruh Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Di Masa Kini” Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol. 1 No. 6 (2022).

konsumsi mahasiswa yang artinya bahwa semakin tinggi literasi keuangan syariah menyebabkan penurunan perilaku konsumtif mahasiswa.²⁵

8. Penelitian Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, Muliyyana (2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religuitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan media observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan nilai t hitung 2,718, dengan nilai signifikansi $0,047 < 0,005$. Religiusitas mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dengan t hitung 2,441 dan nilai signifikansi $0,046 < 0,05$. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t hitung sebesar 2,553 dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$.²⁶

²⁵ Rahma Nur Zianti, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon” *Gorontalo Development Riview* vol. 5 No. 1 (2022).

²⁶ Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, Muliyyana, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religuitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa” *Jurnal Economina* Vol. 1 No. 1 (2022).

9. Penelitian Mumuh Mulyana, Abdul Roup, Sulastris (2021) yang berjudul “Pelatihan Penerapan Potongan Harga Pada Layanan Dompot Digital Ovo”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan sales promotion yang baik serta bermacam-macam, dan brand image yang sudah dikenal oleh banyak orang, apakah mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu mengambil satu obyek tertentu untuk dianalisa secara mendalam dengan memfokuskan pada satu masalah. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui angket dan observasi secara langsung dengan pihak pelanggan PT. Visionet Internasional (OVO), sedangkan data sekunder diperoleh dari buku maupun sumber lainnya. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa layanan dompet digital PT. Visionet Internasional dalam kategori baik, hal ini tampak dari banyaknya dan meningkatnya para pengguna layanan dompet digital (OVO), dan dengan berbagai macam promo yang bisa dinikmati oleh pelanggan diberbagai merchant membuat para pengguna nya tetap setia menggunakan layanan dompet digital (OVO).²⁷
10. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Homisyah Ruwaidah (2020) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bertujuan

²⁷ Mumuh Mulyana, Abdul Roup, Sulastris, “Pelatihan Penerapan Potongan Harga Pada layanan Dompot Digital OVO” *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* Vol. 1 No. 1 (2020).

untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap Keputusan memilih menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang terdiri dari variabel independen (pengambilan keputusan) dan variabel dependen (literasi keuangan syariah dan *shariah governance*). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Convenience sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dipandang cocok dan mau dijadikan sebagai sumber data. Hasil penelitian menunjukkan pada uji t (parsial) satu variabel berpengaruh signifikan yakni literasi keuangan syariah dengan nilai $T_{hitung} 2.436 > T_{tabel} 1,990$. Dan berpengaruh simultan terhadap keputusan mahasiswa $F_{hitung} 3.469 > F_{tabel} 3,12$. Nilai R-Square sebesar 0,060% keterpengaruhan literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap Keputusan mahasiswa didominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah sebesar 0,222.²⁸

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Ini Dengan Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Putri Nur Aini, Sri Rahayuningsih, (2024), Pengaruh Literasi	Literasi keuangan (X1) Pendapatan (X2)	Persamaannya terletak pada variabel dependent yaitu perilaku	Perbedaannya terletak pada variabel independent dan objek penelitian

²⁸ Siti Homisyah Ruwaidah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah" Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol. 1 No. 1 (2020).

	Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.	Gaya hidup (X3) Perilaku konsumtif (Y)	konsumtif	
2.	Aulia Rahmi, Erisa Nilasari, Abdul Gafur, (2024), Penggunaan Media Sosial Tiktok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin	Media sosial tiktok (X1) Dompot digital (X2) Literasi keuangan syariah (X3) Perilaku konsumtif (Y)	Persamaannya terletak pada variabel dependent yaitu dompet digital dan literasi keuangan syariah serta variabel independent yaitu perilaku konsumtif.	Perbedaannya terletak pada rumus untuk menghitung sampel yaitu menggunakan rumus lemeshow dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti, sedangkan penelitian ini menggunakan rumus slovin dikarenakan jumlah populasi yang diketahui secara pasti.
3.	Anisa Dea Lestari, Husnul Fikriyah, (2023), Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopeepay Di Surabaya).	Literasi ekonomi islam (X) Perilaku konsumtif (Y)	Persamaannya terletak pada variabel dependent dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif	Perbedaannya terletak pada variabel independent dan objek penelitian
4.	I. G. N Okta Ariwangsa, Gde Bagus Surya Jayanatha, (2023), Pengaruh Literasi	Literasi keuangan (X1) Dompot digital (X2)	Persamaannya terletak pada metodologi penelitian yang dimana	Perbedaannya terletak pada variabel independent yang dimana

	Keuangan dan Penggunaan Dompert Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di Kota Denpasar.	Perilaku konsumtif (Y)	pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner atau angket dan pada variabel dependent.	penelitian terdahulu menggunakan literasi keuangan sedangkan, dalam penelitian ini menggunakan literasi keuangan syariah
5.	Madhan Abidzar, Mintasi Indriayu, Aniek Hindrayani, (2023), Pengaruh Dompert Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta.	Dompert digital (X1) Literasi Keuangan (X2) Perilaku konsumtif (Y)	Persamaannya terletak pada variabel dependent yaitu perilaku konsumtif	Perbedaannya terletak pada variabel independent dan objek penelitian
6.	Anggi Ariena Lu'ulqolby Gunawan, Ajeng Winarti, (2022), Pengaruh Aplikasi Dompert Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini.	Aplikasi dompet digital (X) Transaksi (Y)	Persamaannya terletak pada variabel dependent yaitu dompet digital	Perbedaannya terletak pada variabel independent dan objek penelitian.
7.	Rahma Nur Zianti, (2022), Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon.	Literasi keuangan syariah (X) Perilaku konsumtif (Y)	Persamaannya terletak pada variabel independent (X1) yaitu literasi keuangan syariah dan variabel dependent yaitu perilaku konsumtif	Perbedaannya terletak pada analisis data. Dalam penelitian terdahulu menggunakan regresi linear sederhana sedangkan, penelitian ini menggunakan regresi linear

				berganda.
8.	Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, Mulyana, (2022), Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religuitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.	Literasi keuangan syariah (X1) Religiusitas (X2) Gaya hidup (X3) Perilaku konsumtif (Y)	Persamaannya terletak pada variabel dependent (X1) yaitu literasi keuangan syariah dan variabel independent yaitu perilaku konsumtif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian.
9.	Mumuh Mulyana, Abdul Roup, Sulastri, (2021), Pelatihan Penerapan Potongan Harga Pada Layanan Dompot Digital Ovo.	Penerapan potongan harga (X) Layanan dompet digital (Y)	Persamaannya terletak pada metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner yang dibagikan	Perbedaannya terletak pada variabel dependent yaitu penerapan potongan harga dan objek penelitian
10.	Siti Homisyah Ruwaidah, (2020), Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Syariah Governance terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.	Literasi keuangan syariah (X1) Syariah Governance (X2) Keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan (Y)	Persamaannya terletak pada variabel independent (X1) yaitu literasi keuangan syariah	Perbedaannya terletak pada variabel dependent dan objek penelitian

Sumber: diolah peneliti 2025

Dapat disimpulkan, bahwasannya penelitian terbaru ini berfokus pada mahasiswa di perguruan tinggi islam yang bertepatan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Memiliki latar belakang pendidikan dan nilai-nilai agama yang berbeda dengan objek atau fokus permasalahan di

beberapa penelitian terdahulu yang disebutkan pada tabel diatas. Mahasiswa di perguruan tinggi islam umumnya memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip keuangan berbasis syariah, yang memungkinkan penelitian ini untuk mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai agama mempengaruhi perilaku konsumtif mereka baik di dunia nyata maupun dunia digital.

B. Kajian Teori

1. Media sosial

a. Definisi media sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet dimana penggunanya mengkomunikasikan pemikiran, pendapat, ide, dan pengalaman, media online melalui internet yang memungkinkan masyarakat untuk langsung terhubung, berkontribusi, dan bertukar materi dikenal dengan media sosial. Media sosial berfungsi sebagai saluran berbagi informasi dan dialog antara produsen dan konsumen. Media sosial akan memberikan informasi produk kepada konsumen, begitu pula sebaliknya. Produsen dapat menggunakan media sosial untuk memenuhi permintaan informasi pelanggan.²⁹

Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, media sosial merupakan media berbasis aplikasi yang dapat diakses secara online.

Hal ini juga dapat dilihat sebagai cara untuk menyatukan orang-orang

²⁹ Chriswardana Bayu Dewa dan Lina Ayu Safitri, *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri*. (Pariwisata Dan Budaya 2021) 65–71

sehingga mereka dapat terlibat dan berkomunikasi satu sama lain serta berbagi pengalaman, wawasan, dan pengetahuan dengan orang lain di seluruh dunia.

b. Fungsi media sosial

Beberapa fungsi menggunakan media sosial sebagai berikut:³⁰

- 1) Mengembangkan personal branding di media sosial menyiratkan bahwa individu tidak perlu mengetahui teknik atau memalsukan popularitas, karena penonton akan mengambil keputusan. Orang-orang kini bisa berbincang, berdiskusi, dan bahkan menjadi populer di berbagai platform media sosial.
- 2) Menawarkan kesempatan untuk terlibat dalam komunikasi yang lebih dekat dengan pelanggan.
- 3) Media sosial menyediakan konten tambahan untuk komunikasi individual.
- 4) Media sosial memungkinkan berbagai pemasar untuk mempelajari perilaku pelanggan, berinteraksi langsung dengan mereka, dan membangkitkan minat mereka.

³⁰ Si Manis, "Pengertian Media Sosial : Karakteristik, Fungsi, Jenis Dan Dampak Media Sosial," Pelajaran Sekolah Online (blog), 29 September 2022.

c. Jenis-jenis media sosial

1) *Social Networking*

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook, Instagram, dan Tiktok.

2) *Blog*

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3) *Microblogging*

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

4) *Media Sharing*

Media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu *Youtube*, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snappfish*.

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, di Indonesia sendiri yaitu *LintasMe*.

6) *Wiki*

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.³¹

2. Layanan Dompot Digital

a. Definisi Dompot Digital

Dompot digital, atau juga dikenal sebagai e-wallet, adalah suatu bentuk teknologi yang memungkinkan individu untuk menyimpan, mengelola, dan menggunakan uang elektronik melalui

³¹ Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*, (Serang Banten: CV.AA. RIZKY,2023)

perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau komputer. Dompet digital berfungsi sebagai pengganti fisik dari dompet konvensional yang biasanya digunakan untuk menyimpan uang tunai, kartu kredit, atau kartu debit.

Dalam konteks Indonesia, dompet digital telah menjadi fenomena yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat Indonesia semakin mengadopsi penggunaan dompet digital sebagai alternatif yang lebih praktis dan efisien dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Dompet digital memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi, termasuk pembayaran belanja online maupun offline, pengiriman uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan masih banyak lagi.

Dompet digital biasanya terhubung dengan rekening bank atau kartu kredit pengguna. Melalui aplikasi dompet digital yang telah diunduh dan diinstal di perangkat digital, pengguna dapat mengakses dan mengelola saldo atau dana yang ada dalam dompet digital mereka. Transaksi dilakukan dengan cara memasukkan informasi yang diperlukan, seperti jumlah uang yang akan dikirim atau dibayarkan, nomor penerima atau *merchant*, dan konfirmasi melalui metode keamanan yang ditentukan, seperti kata sandi atau sidik jari.

Selain itu, dompet digital juga sering menyediakan fitur tambahan, seperti program loyalitas, diskon atau promo khusus, dan integrasi dengan aplikasi lain seperti transportasi online, makanan online, atau *e-commerce*. Hal ini membuat penggunaan dompet digital semakin menarik dan menguntungkan bagi pengguna, karena mereka dapat mengakses berbagai layanan dengan mudah dan mendapatkan manfaat tambahan. Pada dasarnya, dompet digital memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan dompet digital, pengguna tidak perlu membawa uang tunai atau kartu kredit secara fisik, melainkan cukup dengan menggunakan perangkat digital yang dimiliki. Selain itu, dompet digital juga memberikan keuntungan dalam hal pencatatan dan pemantauan transaksi, sehingga memudahkan pengguna untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

b. Keuntungan Menggunakan Dompet Digital

Dompet digital telah mengubah cara kita bertransaksi dan mengelola keuangan di era digital. Dalam bab ini, kita akan menjelajahi beberapa keuntungan utama yang dapat diperoleh dengan menggunakan dompet digital di Indonesia.

1) Kemudahan dan Keterjangkauan

Dompet digital menawarkan kemudahan dan keterjangkauan yang tak terbatas dalam hal melakukan

transaksi keuangan. Dengan hanya menggunakan perangkat ponsel pintar, pengguna dapat mengakses dompet digital mereka dan melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan pembelian online. Hal ini menghilangkan ketergantungan pada uang tunai dan kartu kredit fisik, serta memudahkan aksesibilitas ke layanan keuangan bagi banyak orang di seluruh Indonesia.

2) Kecepatan dan Efisiensi

Salah satu keuntungan utama menggunakan dompet digital adalah kecepatan dan efisiensi dalam melakukan transaksi. Dibandingkan dengan metode tradisional seperti mentransfer uang melalui ATM atau mengirim cek, menggunakan dompet digital memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara instan dengan hanya beberapa ketukan pada layar ponsel mereka. Transaksi yang cepat dan efisien ini memungkinkan pengguna untuk menghemat waktu dan tenaga yang sebelumnya digunakan untuk proses manual.

3) Keamanan dan Perlindungan

Dompet digital telah memperhatikan keamanan sebagai prioritas utama. Dalam upaya untuk melindungi informasi dan dana pengguna, penyedia dompet digital mengimplementasikan langkah-langkah keamanan canggih seperti enkripsi data, otentikasi ganda, dan proteksi PIN. Selain itu, banyak dompet

digital juga menyediakan fitur pelacakan dan pemantauan transaksi yang memungkinkan pengguna untuk memantau dan melacak setiap transaksi yang mereka lakukan, memberikan perlindungan tambahan terhadap potensi penipuan.

4) Program Loyalti dan Diskon

Seiring dengan pertumbuhan popularitas dompet digital, banyak penyedia layanan telah meluncurkan program loyalitas dan diskon khusus bagi pengguna dompet digital. Program-program ini memberikan penghargaan kepada pengguna dalam bentuk poin atau diskon khusus saat melakukan pembelian menggunakan dompet digital mereka. Keuntungan ini memberikan insentif tambahan bagi pengguna untuk memanfaatkan dompet digital dan merasa diuntungkan dari penggunaannya.

5) Dukungan terhadap Ekonomi Digital

Penggunaan dompet digital juga memberikan dukungan yang signifikan terhadap ekonomi digital di Indonesia. Dengan menggunakan dompet digital, pengguna dapat berpartisipasi dalam transaksi online, membeli produk dan layanan digital, dan mendukung pertumbuhan industri *e-commerce*. Hal ini memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi digital di negara ini dan mendorong inovasi serta pertumbuhan bisnis online

6) Kecepatan Transaksi

Salah satu keuntungan utama menggunakan dompet digital adalah kecepatan transaksi yang luar biasa. Dalam hitungan detik, pengguna dapat melakukan pembayaran atau transfer uang kepada penerima tanpa harus menunggu proses yang memakan waktu seperti dalam metode konvensional. Dengan hanya beberapa ketukan pada layar ponsel, transaksi dapat diselesaikan dengan cepat dan efisien.

c. Jenis Dompet Digital di Indonesia

1) Dompet digital bank

Dompet digital bank merupakan salah satu jenis dompet digital yang disediakan oleh bank-bank di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak bank yang meluncurkan layanan dompet digital sebagai upaya untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan bagi nasabahnya. Dengan menggunakan dompet digital bank, pengguna dapat mengakses berbagai layanan keuangan dengan mudah melalui perangkat mobile seperti smartphone atau tablet.

2) Dompet digital non-bank

Selain dompet digital bank, ada juga dompet digital non-bank yang menjadi pilihan pengguna di Indonesia. Dompet digital non-bank biasanya dikembangkan oleh perusahaan

fintech atau perusahaan teknologi yang tidak memiliki lisensi bank. Meskipun demikian, dompet digital non-bank ini menawarkan beragam fitur dan layanan yang serupa dengan dompet digital bank.

Berikut ini beberapa contoh dompet digital non-bank yang populer di Indonesia:

1. OVO

OVO merupakan salah satu dompet digital non-bank yang terkenal di Indonesia. Dikembangkan oleh perusahaan PT Visionet Internasional, OVO menawarkan berbagai fitur seperti pembayaran online, transfer antar pengguna OVO, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan, dan masih banyak lagi. OVO juga sering bekerja sama dengan berbagai mitra usaha untuk memberikan promosi dan diskon kepada pengguna.

2. GoPay

Selain menjadi dompet digital bank, GoPay juga dikenal sebagai dompet digital non-bank yang sangat populer. GoPay dikembangkan oleh perusahaan Gojek dan menawarkan berbagai fitur yang mirip dengan OVO, seperti pembayaran online, transfer antar pengguna GoPay, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan. GoPay juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di merchant-merchant yang bekerja sama dengan Gojek.

3.DANA

DANA merupakan dompet digital non-bank yang dikembangkan oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek Group). DANA menawarkan berbagai fitur transaksi, termasuk pembayaran online, transfer antar pengguna DANA, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan, dan lainnya. DANA juga sering berkolaborasi dengan mitra usaha untuk memberikan penawaran spesial kepada pengguna.

4. LinkAja

LinkAja adalah dompet digital non-bank yang merupakan hasil kerja sama beberapa bank besar di Indonesia, seperti Bank Mandiri, BRI, BNI, dan BTN. LinkAja menawarkan berbagai fitur transaksi, seperti pembayaran online, transfer antar pengguna LinkAja, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan, dan masih banyak lagi. LinkAja juga dapat digunakan di berbagai merchant yang telah bekerja sama dengan platform ini.³²

3. Literasi Keuangan Syariah

a. Definisi literasi keuangan syariah

Literasi keuangan syariah secara konseptual adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan ketrampilan untuk mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran Islam. Literasi keuangan syariah

³² Suyanto, *Mengenal Dompet Digital di Indonesia*. (Serang Banten: CV.AA. RIZKY,2023) 15.

mencerminkan wawasan, pengetahuan dan kemampuan individu secara kognitif untuk membuat keputusan, mengenali dan menerapkan konsep yang relevan dengan keuangan dan finansial, sedangkan dalam konteks pembangunan, yang ingin dicapai oleh literasi keuangan syariah adalah masyarakat dapat mengubah atau memperbaiki perilakunya dalam pengelolaan keuangan, bukan hanya sekedar mempunyai pengetahuan tentang produk dan jasa keuangan syariah saja.³³

Literasi keuangan syariah merupakan sesuatu hal yang menarik agar dapat peduli dan perhatian akan keuangan syariah, baik dari produk dan jasa yang ada dari sistem keuangan yang berbasis syariah dan untuk mengetahui dari perbedaan lembaga keuangan konvensional pada umumnya untuk dapat meningkatkan sikap dari pengambilan keputusan sesuai dengan prinsip syariah.³⁴

Sedangkan berdasarkan OJK literasi keuangan syariah sebagai suatu kepedulian terhadap konsumen dan tidak hanya pada lembaga jasa keuangan syariah namun pada produk dan jasa keuangan syariah, namun mampu memberikan dampak positif atau dapat mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam mengelola

³³ Heriyati Chrisna, S.E., M.Si, Hernawaty, S.E., MM, Noviani, S.E., M.Si. *literasi Keuangan Syariah*. (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023) 21.

³⁴ Ramadhani, H. M, Rahmi M, Fathoni, M. A, “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank*. In *Prosiding BIEMA*” (Business Management, Economic, and Accounting Nasional Seminar) 2.

keuangan syariah serta elemen penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sedangkan literasi keuangan syariah membentuk perluasan dari literasi keuangan dengan elemen-elemen berdasarkan syariat islam di dalamnya. Literasi keuangan syariah meliputi beberapa aspek dalam keuangan, diantaranya pengelolaan uang dan harta (seperti menabung untuk hari tua dan dana darurat untuk digunakan sewaktu-waktu), aspek perencanaan keuangan misalnya dana pensiun, investasi, dan asuransi. Dan ada aspek bantuan sosial seperti wakaf, infaq, dan shadaqah. Untuk aspek lainnya contohnya yang berkaitan dengan zakat dan warisan.³⁵

Kesadaran masyarakat tentang literasi keuangan syariah harus lebih diperhatikan. Keuangan syariah di Indonesia memiliki potensi yang besar, namun rendahnya literasi keuangan syariah membuat potensi menjadi kurang optimal. Dengan program strategis harus dilakukan untuk mengembangkan keuangansyariah, faktor penting adalah optimalisasi promosi keuangan syariah untuk meningkatkan literasi dan preferensi masyarakat. Hal ini dikarenakan literasi keuangan syariah kalangan masyarakat Indonesia saat ini masih tergolong rendah, dilihat dari perbandingannya kira-kira dari 10 ribu orang, hanya 2 orang yang tahu literasi keuangan syariah.

³⁵ M Akbar, Misbahuddin & Wahab A, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Kewirausahaan Muslim*, (Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2020), 10.

Selain itu, menurut hasil survei yang dilakukan oleh OJK, masyarakat Indonesia yang well literate hanya sebesar 21,84%. Dilihat dari seseorang dikatakan well literate apabila memiliki pengetahuan dan keyakinan terkait lembaga keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. Disisi lain, potensi dan pertumbuhan industri keuangan syariah yang besar membutuhkan sumber daya manusia dengan kemampuan di bidang industri keuangan syariah.

Melalui pendidikan di perguruan tinggi mahasiswa mendapatkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan industri keuangan syariah. Mahasiswa mempelajari terkait riba, industri keuangan syariah. Serta, dididik menjadi seorang yang memiliki kemampuan dalam keuangan yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan terkait lembaga keuangan berbagai produk dan jasa keuangan. Salah satunya pada manfaat, fitur dan segala risiko yang berkaitan dengan produk dan jasa keuangan. Dengan memiliki pengetahuan tersebut seharusnya mempunyai pemahaman, keyakinan dan keterampilan dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip syariah, dengan hal lain termasuk golongan well literate.

Maka, tujuan literasi keuangan syariah adalah agar para konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah sesuai dengan kebutuhan. Dan hal yang penting yaitu memahami dengan baik dari segi manfaat dan resiko. Serta mengetahui hak dan kewajiban baik dalam mempercayai produk dan jasa keuangan yang ditentukan. Literasi keuangan syariah mengacu pada syariat islam berdasarkan pada hukum islam. ada tiga kategori produk untuk muslim meliputi: halal, haram, dan munasabah. Hal ini guna meningkatkan kesejahteraan sesuai dengan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah adalah kemampuan dalam mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan syariah menurut Widyawati dibagi menjadi 3 meliputi:

1) Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Dapat dilihat dari latar belakang orang tua, pekerjaan orang tua, jabatan sosial orang tua dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam melakukan kegiatan belanja, menabung, investasi, kredit, penganggaran, dan pengelolaan keuangan. Status sosial ekonomi orang tua mempunyai pengaruh terhadap perilaku tingkah laku dan pengalaman anak-anaknya. Dari sudut

perbedaan tingkat status sosial ekonomi akan berdampak pada munculnya perbedaan persepsi atas objek fisik maupun objek perilaku yang akhirnya dapat membentuk sikap yang berbeda.

2) Pendidikan Pengelolaan Keuangan Keluarga

Merupakan suatu tempat yang paling dominan dalam proses sosialisasi anak tentang masalah keuangan. Dimulai dari pendidikan keluarga, dengan cara-cara yang sederhana anak dibawa ke suatu sistem nilai atau sikap hidup yang diinginkan dan disertai sikap teladan dari orang tua yang secara tidak langsung sudah membawa anak kepada sudut pandang dan rutinitas. Orang tua mengajar bagaimana anaknya bertindak dengan mengandalkan nilai-nilai, keyakinan, dan pengetahuan dalam segala bidang sudah termasuk dalam bidang keuangan.

Pendidikan dalam pengelolaan keuangan di lingkungan keluarga pada titik akan diberatkan pada suatu pemahaman terkait nilai uang dan penanaman sikap serta perilaku anak untuk dapat mengatur pemanfaatan uang. Seorang ahli kecerdasan finansial anak, Cathy Malmrose, menyatakan bahwa untuk memiliki keterampilan mengelola keuangan dengan baik, paling tidak anak harus dilatih dalam hal menabung, melakukan pembayaran secara mandiri atas kebutuhan-kebutuhan tambahan mereka, mengelola uang saku, melakukan pekerjaan-pekerjaan

rumah untuk mendapatkan uang saku tambahan, mencari pekerjaan ringan di luar rumah, dan berinvestasi.

Pembelajaran hakikatnya merupakan usaha sadar guru dalam mendidik siswanya (mengarahkan interaksi siswa dengan sumber belajar lainnya) dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Pembelajaran di perguruan tinggi mempunyai peran penting dalam proses pembentukan literasi keuangan mahasiswa. Melalui beberapa metode pengajaran, media dan sumber belajar yang direncanakan dengan baik baik sesuai dengan keahlian, diharapkan mampu memberikan bekal pada mahasiswa untuk memiliki kecakapan di bidang keuangan. Sehingga mahasiswa menjadi siap dan mampu jika suatu saat nanti menghadapi kehidupan yang semakin kompleks.

c. Indikator Literasi Keuangan Syariah

- 1) Pengetahuan merupakan salah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan, agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Hal ini guna untuk meningkatkan kesejahteraannya
- 2) Kemampuan dapat didefinisikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka mampu menciptakan keputusan keuangan dengan baik. Jika pengambilan keputusan salah faktor yang paling penting dalam konteks literasi keuangan.

3) Sikap dalam manajemen keuangan pribadi sikap diartikan sebagai kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang membuka rekening pada lembaga keuangan syariah, menabung pada lembaga keuangan syariah, pengajuan pembiayaan serta melakukan perencanaan keuangan pribadi untuk masa depan yang akan datang.

4) Kepercayaan, percaya pada lembaga keuangan syariah, tidak semua orang mampu dalam meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang.

4. Perilaku Konsumtif

a. Teori Perilaku Konsumtif

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Sumartono yang mendeskripsikan bahwa perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli produk dengan memprioritaskan keinginan daripada melihat kegunaannya.³⁶ Sehingga, peneliti mengacu pada teori tersebut untuk menjelaskan apa yang diterapkan pada responden dalam penelitian tersebut. Dalam teori ini mendeskripsikan sebuah perilaku konsumtif lebih lengkap dan spesifik, sehingga cocok untuk digunakan dalam menjawab dan mendeskripsikan pada permasalahan dalam penelitian ini.

³⁶ Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan*. (Bandung: CV Alfabeta, 2002)

b. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Sedangkan menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah suatu sikap yang tidak perlu pertimbangan melainkan hanya keinginan yang harus terpenuhi dan secara tidak sadar menyebabkan pemborosan dan menghabiskan banyak biaya.³⁷

Menurut Albarry, dalam mengartikan perilaku konsumtif adalah sikap boros atau perilaku boros, yaitu dalam menggunakan barang atau jasa secara berlebihan. Ia juga melanjutkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas atau dapat juga diartikan sebagai gaya hidup mewah.

Konsumerisme adalah paham dimana seseorang atau kelompok melakukan dan melakukan proses penggunaan barang

³⁷ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. (N.p., Penerbit NEM, 2021) 6

yang diproduksi secara hiperbola, tidak disadari dan berkelanjutan. Jika seseorang menjadikan konsumsi sebagai gaya hidup, sudah pasti ia menganut konsumerisme karena gaya hidup merupakan gaya hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menghabiskan waktu, uang, dan tenaga, serta mencerminkan nilai, selera, dan selera. Gaya hidup yang diinginkan seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada pada dirinya, dan pada gilirannya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidupnya.

Jadi perilaku konsumtif berarti suatu sikap yang berlebihan dalam mengonsumsi barang atau jasa sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan.

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono secara tindakan perilaku konsumtif terdapat 8 indikator, yaitu:³⁸

1) Membeli produk karena iming-iming memberi

Seorang konsumen yang membeli suatu barang karena ada hadiah yang ditawarkan jika ia membeli barang tersebut lebih awal. Maka hal itu bisa menimbulkan sikap konsumtif.

³⁸ Naning Fatmawatie, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (IAIN Kediri Pres, 2022) 41

2) Beli produk karena kemasannya menarik

Konsumen pada zaman modern ini, mudah sekali terbujuk dan penasaran oleh hal –hal yang unik dalam membeli produk. Seperti produk dengan kemasan yang menarik.

3) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi

Pada saat ini gengsi dan penampilan merupakan hal yang sangat diperhatikan mulai dari berpakaian, berdandan, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu terlihat menarik di mata orang lain.

4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau fungsi).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditunjukkan dengan adanya kehidupan yang glamor sehingga cenderung menggunakan segala sesuatu yang disebut glamor.

5) Membeli produk hanya menyimpan simbol dan status.

Konsumen memiliki daya beli yang tinggi, baik dalam hal berpakaian, berpakaian, dan sebagainya, sehingga dapat mendukung karakteristik tertentu dengan barang mahal yang memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Dalam hal ini, konsumen membeli produk hanya karena dapat menyampaikan simbol status agar terlihat lebih keren di mata orang lain.

- 6) Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan contoh yang diiklankan.

Konsumen akan cenderung mengikuti sikap karakter yang diidolaknya ketika menggunakan segala sesuatu yang digunakan idolanya. Konsumen juga cenderung menggunakan dan mencoba produk yang ditawarkan jika mengidolakan tokoh masyarakat produk tersebut. penilaian bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan menghasilkan kepercayaan diri yang tinggi, konsumen sangat termotivasi untuk mencoba suatu produk karena percaya apa yang dikatakan iklan dapat meningkatkan kepercayaan diri.

- 7) Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek tidak sama)

Konsumen cenderung menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain dari produk yang digunakannya sebelumnya meskipun produk tersebut belum habis.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Sikap atau perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik secara internal maupun eksternal antara lain:³⁹

- 1) Faktor internal, yang terdiri dari:

a) Motivasi

Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatankekuatan yang terdapat

³⁹ Naning Fatmawatie, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (IAIN Kediri Pres, 2022) 43

dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.

b) Proses dan pengalaman belajar

Konsumen melihat dan mempelajari sesuatu berupa berita yang mereka dapatkan. Akibatnya, proses observasi dan pembelajaran tergantung pada subjek yang diamati. Jika akibat subjek membeli barang yang tidak perlu, maka hal ini dapat diikuti oleh konsumen.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

d) Konsep diri

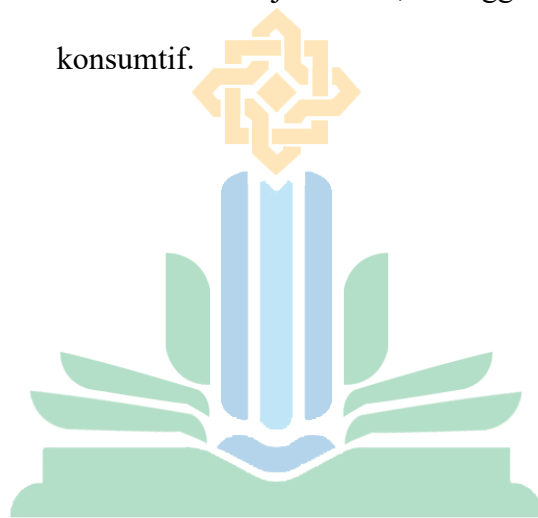
Konsep diri diartikan sebagai pedoman atau cara melihat diri sendiri dan pada waktu tertentu menjadi gambaran dari apa yang kita pikirkan.

e) Keadaan ekonomi

Memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati daripada orang yang memiliki ekonomi tinggi.

f) Gaya Hidup

Gaya hidup berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup happy shopping merupakan salah satu konsep atau model gaya hidup yang dianut oleh remaja saat ini, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang berasal dari bahasa Yunani *me-thodos*, menggambarkan cara atau langkah menuju suatu tujuan. Ini adalah serangkaian langkah sistematis yang digunakan dalam ilmu pengetahuan untuk memahami objek penelitian dengan maksud menemukan jawaban yang dapat dijustifikasi secara ilmiah. Penelitian disisi lain, merupakan proses terstruktur yang melibatkan pengumpulan dan analisis data secara sistematis untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.⁴⁰

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kualitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan Teknik statistik, matematika atau komputasi.⁴¹ Dalam penelitian ini akan melihat pengaruh dan hubungan casual antara variabel bebas dan terikat, dimana variabel bebasnya yaitu media sosial, layanan dompet digital, literasi keuangan syariah dan variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian deskriptif.

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk

⁴⁰ Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim: Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris (Jakarta: Kencana, 2018), 3.

⁴¹ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 1.

memadu penelitian dalam mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti deskriptif ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Penelitian tersebut dapat menggunakan Teknik pengambilan data melalui kuesioner, observasi, hingga wawancara.⁴²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Adalah objek maupun subjek yang mana nantinya dalam wilayah generalisasi ini menjadi salah satu karakteristik yang mana akan ditetapkan peneliti yang nantinya dipelajari.⁴³ Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah populasi dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa

No.	Kelas	Jumlah
1.	Akuntansi Syariah 1	33 Mahasiswa
2.	Akuntansi Syariah 2	35 Mahasiswa
3.	Akuntansi Syariah 3	34 Mahasiswa
4.	Akuntansi Syariah 4	41 Mahasiswa
5.	Akuntansi Syariah 5	39 Mahasiswa
Jumlah		182 Mahasiswa

⁴² Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 8.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022) 80.

2. Sampel

Bagian dari jumlah yang terdapat dalam populasi dan karakteristiknya disebut sampel. Jika terdapat populasi dalam jumlah besar maka peneliti kecil kemungkinan akan mempelajari populasi keseluruhannya, karena keterbatasan dari kemampuan peneliti maka diambil sampel sebagai populasi untuk penelitian.⁴⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability*, dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dilakukan dengan cara memilih responden karena memiliki pertimbangan tertentu.

Metode pengambilan sampel yang dikenal sebagai *purposive sampling* mengambil sampel yang akan diperhitungkan. Dalam hal ini, peneliti menawarkan karakteristik untuk sampel yang akan diambil, antara lain:

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KHAS JEMBER angkatan 2021 Prodi Akuntansi Syariah
- b. Mempunyai akun media sosial seperti Tiktok, Instragram, dll
- c. Pernah menggunakan atau sedang menggunakan aplikasi dompet digital seperti Dana, Ovo, ShopeePay, Gopay Link Aja.

Metode perhitungan yang digunakan penelitian ini adalah metode Slovin. Rumus ini digunakan jika populasi sudah diketahui jumlahnya. Rumus Slovin yaitu:

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022) 81.

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

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Besar Populasi

e= Tingkat kesalahan sampel (sampling error) yaitu 5%

Sesuai dengan rumus slovin maka penentuan besarannya sampel dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{182}{1 + 182(0,05)^2} = \frac{182}{1 + 182 (0,0025)} = \frac{182}{1 + 0,455} \\ = \frac{182}{1,455} = 125,085$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah sampel yang harus peneliti dapatkan adalah berjumlah 125,085 yang mana dibulatkan menjadi 125 sampel mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

Proses memperoleh informasi untuk bertujuan melakukan analisis data dikenal sebagai pengumpulan data. Pengumpulan data merupakan fase penting dalam proses penelitian. Terutama karena informasi yang dikumpulkan dimaksudkan untuk menguji hipotesis sebelumnya. Hal ini

dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan dari analisis. Teknik metodelis dan disetujui digunakan untuk mendapatkan data yang diperoleh.⁴⁵

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer diperoleh dari sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi pendahuluan serta penyebaran dan pengisian kuesioner. Dalam melakukan observasi, peneliti menggunakan Google Form secara online yang ditujukan kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember melalui beberapa mahasiswa yang ada. Sedangkan untuk pengisian kuesioner dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara, yaitu secara online melalui Google Form. Kuesioner ini disebarkan kepada mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan populasi 182 dan didapatkan sampel berjumlah 125. Penyebaran kuesioner ini digunakan untuk mendukung penelitian ini dan menghasilkan bahwa media sosial, layanan dompet digital dan literasi keuangan syariah dalam melakukan perilaku konsumtif. Kuesioner yang diberikan kepada responden meliputi indikator yang ada dalam media sosial, layanan dompet digital, literasi keuangan syariah, dan perilaku konsumtif.

⁴⁵ Moh. Nazir, *"Metode Penelitian Bogor Ghalia Indonesia"*, 1985,240.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui artikel-artikel jurnal dan literatur pendukung lainnya. Data dari sumber sekunder yang diperoleh berupa teori dan penelitian-penelitian sebelumnya. Data sekunder biasanya berupa tabel. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Selain itu peneliti memperoleh referensi penelitian sebelumnya dari buku serta artikel melalui Google Scholar.

2. Instrumen pengumpulan data

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dan menyelidiki penelitian ini. Dengan menilai kuesioner dalam penelitian ini, skala likert yang sering digunakan karena memungkinkan responden untuk mengungkapkan sentimen mereka dalam bentuk persetujuan dengan pernyataan. Setiap item dihasilkan dengan menggunakan indikator kuesioner penelitian.⁴⁶ Oleh karena itu, digunakan skala *likert* dalam kriteria penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------|---------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | diberi skor 5 |
| b. Setuju (S) | diberi skor 4 |
| c. Ragu (R) | diberi skor 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | diberi skor 2 |

⁴⁶ Bilson Sinamora, “*Analisis Multivariat Pemasaran*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 2023

- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan kriteria alternatif jawaban berikut ini digunakan untuk menyampaikan pernyataan-pernyataan dalam kuesioner:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
 b. Setuju (S) diberi skor 4
 c. Netral (N) diberi skor 3
 d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
 e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Kategori-kategori yang digunakan dalam skala diatas dapat dilihat juga sebagai ungkapan tingkat penelitian responden.

D. Analisis Data

Bagian ini menjelaskan tentang jenis analisis statistik yang akan digunakan. Data primer yang telah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis pengolahan data dengan diuji menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions). SPSS merupakan paket program computer yang dapat menganalisi data dengan hasil perhitungan statistik yang dapat berupa tabel-tabel, grafik, yang berasal dari variabel tunggal maupun perhitungan statistic dalam bentuk hubungan antar variabel. Berikut adalah jenis pengujian yang akan dilakukan.

1. Analisis statistik deskriptif

Dalam penelitian kuantitatif, statistik dipakai dalam metode analisis data. Statistik deskripif dan statistik inferensial merupakan dua

jenis statistik yang dipergunakan dalam penelitian untuk analisis data. Tanpa berusaha menarik generalisasi atau inferensi yang luas, statistik deskriptif adalah statistik yang menganalisis data dengan menggambarkan atau mencirikan informasi yang telah dikumpulkan dalam keadaan saat ini. Statistik deskriptif adalah statistik yang menganalisis data dengan menggambarkan atau mencirikan informasi yang telah dikumpulkan dalam keadaan saat ini. Statistik deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena peneliti hanya ingin menjelaskan data sampel dan menghindari penelitian tentang populasi dari mana sampel diambil.⁴⁷ Tujuan dari analisis statistik deskriptif ini adalah untuk meringkas atau menjelaskan fakta-fakta yang dilihat dan dinilai dengan menggunakan nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum.

2. Uji instrument data

a. Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukannya dengan pengujian validitas sebagai pengukur apakah semua item butir kuesioner yang telah dibagikan kepada responden valid atau tidak⁴⁸. Pada penelitian kuantitatif, validitas yang akan diuji yaitu instrumen pada penelitian atau kuesioner yang mempunyai skor. Dalam uji validitas kuesioner yang dapat dikatakan valid apabila memenuhi kriteria yaitu ketika r-

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 227

⁴⁸ Digdowiseiso, K, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2017) 65.

hitung $>$ r-tabel.⁴⁹ Untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n yaitu jumlah sampel dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai positif, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Adapun kriteria dari pengujian validitas, yaitu:

- 1) Jika r-hitung $>$ r-tabel, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r-hitung $<$ r-tabel, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji reabilitas

Uji Reliabilitas adalah faktor penting dalam menentukan hasil dari jawaban kuesioner pada penelitian ini. reliabilitas merupakan sebuah indeks ataupun patokan yang dapat menilai suatu alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Alpha Cronbach adalah teknik dalam pengukuran reliabilitas. Penggunaan angka dan skala bertingkat dalam penelitian ini membuat pengujian dilakukan dengan menggunakan software SPSS menggunakan rumus Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha $>$ 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.⁵⁰

⁴⁹ Ghozali I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. (Badan Universitas Diponogoro, 2013).

⁵⁰ Supriyanto & Sani, A, *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang: UIN-Maliki Pres, 2010).

Tabel 3.2
Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi⁵¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

c. Uji asumsi klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

1) Uji normalitas data

Uji normalitas bertujuan agar peneliti mengetahui atau melihat hasil data yang diambil yang berasal dari populasi. Dalam hal ini dikaitkan dengan model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Hal ini, jika data tidak mengikuti pola tersebut, maka akan diperoleh taksiran. Dalam pengujian ini kenormalan distribusi digunakan untuk mengecek normal atau tidak antara distribusi pada data variabel independent dan data variabel dependen. Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov adalah untuk

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang*: UNDIP (2006), 231.

melihat normal atau tidak distribusi pada data. Distribusi data dikatakan normal apabila mendapatkan nilai signifikansi $> 0,05$.⁵²

2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance (TOL) dan Variance Inflation Factor (VIF) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan model regresi dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Apabila nilai $VIF < 10$ atau nilai Tolerance $> 0,10$, maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b) Apabila nilai VIF atau nilai Tolerance $< 0,10$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.⁵³

3) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada persamaan regresi dapat dilihat pada uji scatterplot dengan

⁵² Supriyanto & Sani, A, *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang: UIN-Maliki Pres, 2010).

⁵³ Ghazali I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. (Badan Universitas Diponogoro, 2013)

melihat penyebaran dari varians residual. Apabila jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik pada penyebaran di atas dan dibawah maka terdapat angka O, untuk sumbu Y, dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada terjadi heteroskedastisitas.⁵⁴

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian yang akan dilakukan dengan uji analisis regresi linier berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah ditemukan pengaruh antara variabel Media sosial (X1), Layanan Dompel Digital (X2), dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
 Persamaan dari regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y : Perilaku konsumtif (variabel dependent)

a : Konstanta

b1 : Koefisien Regresi untuk X1

b2 : Koefisien Regresi untuk X2

b3 : Koefisien Regresi untuk X3

X1 : Media Sosial (variabel independent)

X2 : Layanan Dompel digital (variabel independent)

X3 : Literasi Keuangan Syariah (variabel independent)

⁵⁴ Sulyanto, *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi,2011) 95.

e : Standart eror

e. Uji hipotesis

1) Uji signifikansi parameter individual (uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Variabel memiliki pengaruh yang berarti apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun perhitungan rumus dalam perhitungan df untuk t_{hitung} sebagai berikut: $df: a, n-k$.

a) Jika nilai signifikansi $F < 0.05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesisnya diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikansi $F > 0.05$ atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka hipotesisnya ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁵⁵

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan atau tidak terhadap variabel terganggunya. Bentuk persamaan regresi dapat dikategorikan dalam karakteristik cocok atau fit jika memiliki pengaruh antara tiga variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen atau jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.⁵⁶ Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$

⁵⁵ Ghozali I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. (Badan Universitas Diponogoro, 2013)

⁵⁶ Suliyanto, *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011) 61.

artinya semua variabel independen mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen. Adapun kriteria uji f yaitu:

- a) Hipotesis diterima jika: $f_{hitung} > f_{tabel}$, dan $sig. < 0,05$
- b) Hipotesis ditolak jika: $f_{hitung} < f_{tabel}$, dan $sig. > 0,05$

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu alat penyesuaian yang digunakan untuk memperkirakan seberapa besar kekuatan variabel bebas dalam menerangkan variasi tergantung. Kelemahan dari koefisien determinasi ini memiliki bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi. Adjusted R Square atau koefisien determinasi yang telah disesuaikan dapat digunakan untuk menurunkan bias yang terjadi, maka nilai koefisien determinasi itu dapat berpengaruh terhadap naik atau turunnya dengan adanya penambahan variabel baru atau ukuran sampel dalam model tersebut.⁵⁷

⁵⁷ Sulyanto, *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011) 59.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Gambar 4.1

Gedung FEBI UIN KHAS JEMBER



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dipilih oleh penulis penelitian ini sebagai objek penelitian. Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember akan menjadi bahan kajian peneliti ini. Peneliti menyediakan data secara metodis sebagai berikut untuk mempelajari lebih lanjut tentang deskripsi objek studi dan melakukannya dengan lebih jelas:

a. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Kampus UIN KHAS Jember

Pada tahun 2012, Fakultas Syariah masih menjadi bagian dari kampus STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri), tempat berdirinya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah itu, program studi baru bernama Perbankan Syariah dan kemudian Ekonomi Islam diluncurkan masing-masing pada tahun 2013 dan 2014. Kampus STAIN Jember terpaksa berganti nama menjadi IAIN (Institut Keagamaan Islam Negeri) Jember akibat diterapkannya dua program studi baru di tempat tersebut. Kampus menambah jumlah fakultas dan pilihan studi setelah berubah status dari STAIN menjadi IAIN.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember bangkit dengan diresmikannya program studi baru yaitu Perbankan Islam dan Ekonomi Islam. Hal ini karena dua prodi tersebut-Perbankan Islam dan Ekonomi Islam-berbeda dengan fakultas syariah yang khusus memajukan ilmu hukum. Akibatnya, perlu didirikan fakultas baru.

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 6 Tahun 2005, yang memuat tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Jember, menjadi landasan berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember. Yang menunjukkan kampus IAIN Jember telah diberikan izin oleh menteri untuk menggunakan aparatur negara dan reformasi birokrasi No. B/573/M.PANRB/12/1014, mulai tanggal 29 Desember 2014, Mata Kuliah : Organisasi dan Tata Kerja 9 (Sembilan) Institut Agama Islam Negeri Jember (IAIN), dan dijelaskan dalam pasal 11 yang menyebutkan bahwa Fakultas pada Institut tersebut terdiri dari Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Syariah, Dakwah, Ushuluddin Adab.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri di IAIN Jember dan berkembang menjadi fakultas yang sangat disukai masyarakat luas. Ini mendukung upaya akademik siswa, khususnya di bidang ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memperkenalkan program studi baru yaitu program studi akuntansi syariah pada tahun 2015, menjadikannya fakultas terpopuler kedua setelah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTIK).

KH. Achmad Siddiq Jember menjadi nama resmi Institut Agama Islam Negeri Jember pada tahun 2021, sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 44 Tahun 2021, yang berlaku efektif pada tanggal 11 Mei 2021. Nama lembaganya, UIN KH. Achmad Siddiq Jember, diambil dari nama seorang ulama yang menjabat sebagai Rais Aam Syuriah Nahdlatul Ulama dan sebagai inovator dan pencipta UIN KHAS Jember.

b. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

IDENTITAS

Nama Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Mataram No. 1 Mangli Kec. Kaliwates Kab. Jember

No. Telepon : (0331) 487550

No. Faksimile : (0331) 427005

Homepage dan E-Mail : febi@uinkhas.ac.id

Nomor dan Tanggal : SK Menteri Agama No. 4 Tahun 2016, 14 SK

Pendirian Institusi Februari 1966

Penerbitkan SK : Presiden RI

Program Studi yang dikelola oleh Fakultas :

- 1) Program Studi Perbankan Syariah
- 2) Program Studi Ekonomi Syariah
- 3) Program Studi Akuntansi Syariah
- 4) Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

c. Visi, Misi, Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

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

2) Misi

a) Memperkuat basis Keilmuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam FEBI UIN KHAS Jember dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran secara profesional dan religius dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.

b) Meningkatkan jumlah dan mutu capaian Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta menjamin berkembangnya pola ilmiah dan pengkajian ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang tepat guna.

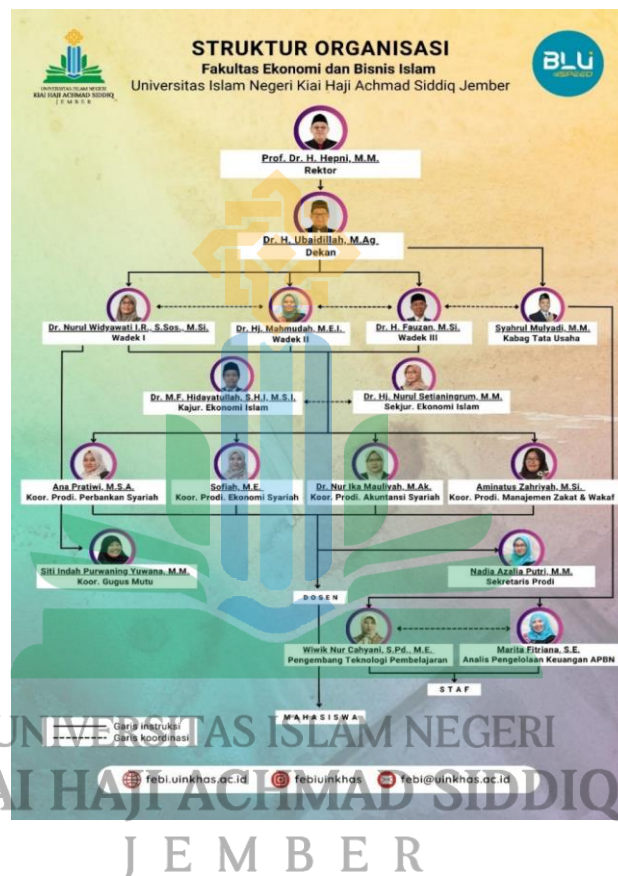
c) Membangun budaya akademik yang kompetitif, produktif, dan inovatif dalam pengelolaan sumber daya melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

- d) Membangun sistem tata kelola dan reputasi fakultas yang kredibel, akuntabel, dan transparan dan profesional berbasis teknologi informasi.
 - e) Membangun kepercayaan dan kerja sama dengan lembaga yang kompetitif di tingkat nasional dan internasional.
 - f) Memperkuat pemberdayaan mahasiswa dan alumni di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
 - g) Mengembangkan budaya bisnis lokal dan ekonomi kreatif yang berlandaskan ekonomi Islam.
- 3) Tujuan
- 1. Menghasilkan sarjana yang berakhlakul karimah, serta profesional di bidang ekonomi dan bisnis, terutama di sektor perbankan syariah, lembaga keuangan syariah dan nonbank, serta lembaga zakat dan wakaf.
 - 2. Terselenggaranya penelitian yang bermutu dan diterbitkan dalam bentuk buku maupun jurnal terakreditasi.
 - 3. Terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud pengamalan ilmu pengetahuan yang dikembangkan di fakultas.
 - 4. Terciptanya kerjasama dengan stakeholder guna meningkatkan mutu akademik.⁵⁸

⁵⁸ “FEBI UIN KHAS Jember“, accessed Januari 2025, <https://febi.uinkhas.ac.id>

d. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Gambar 4.2
Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Sumber: (Blogspot FEBI UIN KHAS Jember)

B. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian deskriptif analitik, di mana penjelasan menyeluruh diberikan tentang orang, kelompok, gejala, dan situasi yang menjadi fokus. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan alat penelitian berupa kuesioner yang berisi pernyataan. Sebagaimana 3 butir pernyataan untuk variabel media sosial (X1), 4 butir pernyataan untuk variabel dompet digital (X2), 4 butir pernyataan untuk

variabel literasi keuangan syariah (X3), dan 7 butir pernyataan untuk variabel perilaku konsumtif (Y). Maka jumlah keseluruhan menjadi 18 butir pernyataan. Mahasiswa angkatan 2022 FEBI UIN KHAS Jember Prodi Akuntansi Syariah akan menerima kuesioner tersebut untuk diisi.

1. Responden berdasarkan kelas

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, terdapat 125 partisipan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden ini terdiri dari berbagai kelas Prodi Akuntansi Syariah yaitu Akuntansi Syariah 1, Akuntansi Syariah 2, Akuntansi Syariah 3, Akuntansi syariah 4, Akuntansi Syariah 5.

Tabel 4.1
Kelas Responden

Kelas	Jumlah	Presentase
AKS 1	29	23%
AKS 2	35	28%
AKS 3	31	25%
AKS 4	12	10%
AKS 5	18	14%
Total	125	100%

Sumber: data hasil google form

Data yang terdapat pada table 4.1 mengungkapkan bahwa dari total responden, sebanyak 125 orang atau setara dengan 100% dari keseluruhan adalah AKS 1 sebanyak 29 orang atau setara dengan 23%, AKS 2 sebanyak 35 orang atau setara dengan 28%, AKS 3 sebanyak 31 orang atau setara dengan 25%, AKS 4 sebanyak 12 orang atau setara dengan 10%, sedangkan sebanyak 18 orang atau sekitar 14% sisanya adalah AKS 5.

2. Responden berdasarkan dompet digital yang dimiliki

Adapun hasil tanggapan responden terhadap aplikasi dompet digital pada mahasiswa UIN KHAS JEMBER Angkatan 2022 Prodi Akuntansi Syariah adalah sebagai berikut:

TABEL 4.2
Responden Berdasarkan Dompet Digital Yang Dimiliki

Dompet Digital	Jumlah
Gopay	48
OVO	39
Dana	89
Shopeepay	84
LinkAja	22

Sumber: data hasil google form

Berdasarkan informasi yang tersaji pada table 4.2, dapat diamati bahwa kuesioner telah didistribusikan di mahasiswa Angkatan 2022 Prodi Akuntansi Syariah UIN KHAS Jember. Dari jumlah total responden, terdapat 48 mahasiswa memiliki Gopay, 39 mahasiswa memiliki OVO, 89 mahasiswa memiliki Dana, 84 mahasiswa memiliki Shopeepay, dan 22 mahasiswa memiliki LinkAja.

3. Responden berdasarkan media sosial yang dimiliki

Adapun hasil tanggapan responden terhadap akun media sosial pada mahasiswa UIN KHAS JEMBER Angkatan 2022 Prodi Akuntansi Syariah adalah sebagai berikut:

TABEL 4.3
Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Dimiliki

Media Sosial	Jumlah
TikTok	110

Instagram	115
Facebook	54

Sumber: data hasil google form

Berdasarkan data yang tercantum dalam table 4.3, dari total responden yang terlibat dalam penelitian ini, terdapat 110 mahasiswa memiliki akun TikTok, 115 mahasiswa memiliki akun Instagram, dan 54 mahasiswa memiliki akun Facebook.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Statistik Deskriptif

Untuk mendapatkan gambaran umum dari data tersebut, perlu dilakukan pengukuran statistik deskriptif terhadap variabel tersebut, yaitu Media sosial (X1), dompet digital (X2), literasi keuangan syariah (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Pengukuran tersebut meliputi nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel (Y). Tabel berikut menunjukkan hasil uji statistik deskriptif penelitian:

Tabel 4.4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	125	4	15	12.20	1.805
X2	125	8	20	16.54	2.388
X3	125	8	20	16.21	2.695
Y	125	7	35	23.21	5.337
Valid N (listwise)	125				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil Uji Deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah:

- a. Variabel Media Sosial (X1), Jelas dari temuan ini bahwa nilai minimum 4 sedangkan nilai maksimum sebesar 15 nilai rata-rata media sosial sebesar 12.20 dan standar deviasi data media sosial adalah 1.805.
- b. Variabel Dompot digital (X2), Jelas dari temuan ini bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai maksimum sebesar 20 nilai rata-rata dompet digital sebesar 16.21 dan standar deviasi data dompet digital adalah 2.388.
- c. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X3), Jelas dari temuan ini bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai maksimum sebesar 20 nilai rata-rata literasi keuangan syariah 16.21 dan standar deviasi data literasi keuangan syariah adalah 2.695
- d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y), Jelas dari temuan ini bahwa nilai minimum 7 sedangkan nilai maksimum sebesar 35 nilai rata-rata perilaku konsumtif 23.21 dan standar deviasi data perilaku konsumtif 5,337.

2. Uji instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kevalidan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang telah disampaikan kepada responden. Alat yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel pada Tingkat signifikan 0,05. Perbandingan ini didasarkan pada derajat kebebasan (*degree off freedom*) yang diitung menggunakan rumus $df=n-2$, Dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 125 sampel, sehingga nilai n dalam penelitian ini adalah 125. Berdasarkan nilai n tersebut, df sebesar 123 ($125-2=123$). Nilai r tabel pada df 123 dengan signifikan 0,05 adalah 0,1757. Sehingga diperoleh ketentuan: jika r hitung $> 0,17$ maka dianggap valid, sedangkan jika r hitung $< 0,17$ maka dianggap tidak valid. Jika nilai $sig < 0,05$ maka dianggap valid, sedangkan jika nilai $sig > 0,05$ maka dianggap tidak valid. Dibawah ini adalah hasil uji validitas dengan menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Sratistic versi 29* pada penelitian ini:

1) Uji validitas variabel media sosial (X1)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial

No	Variabel	Item Pertanyaan	Sig. (2- tailed)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Media Sosial (X1)	X1.1	<0,001	0,17	0,674	VALID
2		X1.2	<0,001	0,17	0,749	VALID
3		X1.3	<0,001	0,17	0,778	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2025.

Berdasarkan table 4.4 dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner variabel media sosial (X1) memiliki validitas karena r hitung $> r$ table dengan nilai signifikan dibawah 0,05 artinya variabel mampu mengukur variabel yang ditetapkan.

2) Uji validitas variabel dompet digital (X2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Dompot Digital

No	Variabel	Item Pertanyaan	Sig. (2- tailed)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Dompot Digital	X2.1	<0,001	0,17	0,715	VALID
2		X2.2	<0,001	0,17	0,744	VALID

3	(X2)	X2.3	<0,001	0,17	0,798	VALID
4		X2.4	<0,001	0,17	0,695	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Berdasarkan table 4.5 dapat dijelaskan bahwa uji validitas variabel dompet digital dalam setiap pertanyaan dapat dikatakan valid karena perbandingan r hitung dari setiap pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan r table dan nilai signifikan dibawah 0,05.

3) Uji validitas variabel literasi keuangan syariah (X3)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah

No	Variabel	Item Pertanyaan	Sig. (2- tailed)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Literasi	X3.1	<0,001	0,17	0,709	VALID
2	Keuangan	X3.2	<0,001	0,17	0,796	VALID
3	Syariah	X3.3	<0,001	0,17	0,845	VALID
4	(X3)	X3.4	<0,001	0,17	0,714	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Berdasarkan table 4.6 dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dengan nilai signifikan dibawah 0,05 dan hasil perbandingan antara r hitung > r table sehingga variabel literasi keuangan syariah (X3) dinyatakan valid.

4) Uji validitas variabel perilaku konsumtif (Y)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

No	Variabel	Item Pertanyaan	Sig. (2- tailed)	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Perilaku	Y.1	<0,001	0,17	0,628	VALID
2	Konsumtif	Y.2	<0,001	0,17	0,764	VALID
3		Y.3	<0,001	0,17	0,803	VALID
4		Y.4	<0,001	0,17	0,677	VALID
5		Y.5	<0,001	0,17	0,678	VALID
6		Y.6	<0,001	0,17	0,509	VALID

7		Y.7	<0,001	0,17	0,583	VALID
---	--	-----	--------	------	-------	-------

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Berdasarkan table 4.7 dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dengan nilai signifikan dibawah 0,05 dan perbandingan antara r hitung $>$ r table sehingga variabel Perilaku Konsumtif (Y) tersebut dinyatakan valid.

Variabel media sosial (X1), dompet digital (X2), literasi keuangan syariah (X3), dan perilaku konsumtif (Y) mendapatkan hasil temuan r hitung $>$ r table dan nilai signifikan kurang dari 0,05 sesuai dengan hasil uji validitas diatas. Sehingga kuesioner dalam penelitian ini memiliki validitas.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban responden konsisten atau stabil dalam kurun waktu tertentu. Jika instrument penelitian memiliki koefisien Cronbach Alpha $>$ 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	A Ketetapan	Keterangan
1	Media Sosial (X1)	0,792	0,6	RELIABEL
2	Dompot Digital (X2)	0.713	0,6	RELIABEL
3	Literasi Keuangan Syariah (X3)	0,769	0,6	RELIABEL
4	Perilaku Konsumtif (Y)	0,791	0,6	RELIABEL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

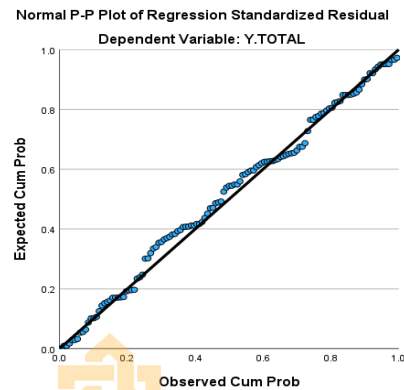
Dari table 4.9 menunjukkan bahwa nilai Alpha setiap variabel $>$ dari nilai kritis reliabilitas. Variabel media sosial (X1) $0,792 < 0,6$, variabel dompet digital (X2) $0,713 > 0,6$, variabel literasi keuangan syariah (X3) $0,769 > 0,6$ dan variabel perilaku konsumtif (Y) $0,791 > 0,6$. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner dapat dipercaya dan kuesioner dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis grafik probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Selain analisis grafik probability plot, peneliti juga menggunakan uji Komolgorov Smirnov. Hasil uji komolgorov Smirnov yang signifikan menunjukkan bahwa data cenderung terdistribusi secara teratur jika probabilitas $> 0,05$.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normal Probability Plot



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Dari hasil temuan diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi dan hasil penyelidikan terdistribusi secara normal karena titik-titik menyebar sepanjang arah garis diagonal. Namun peneliti juga menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dalam menguji normalitas. Uji komolgorov Smirnov juga digunakan dalam penelitian untuk mengurangi kesalahan dala penyelidikan penelitian ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Komolgorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		125	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.92615411	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.043	
	Negative	-.064	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.231	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.220
		Upper Bound	.241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Dari table 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan metode komolgorov Smirnov memiliki nilai signifikan 0,200. Jika nilai signifikan lebih dari 0,05, maka dinyatakan berdistribusi teratur dengan rumus tersebut. Data dalam penelitian ini menghasilkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukannya adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Uji multikolinearitas tidak terjadi jika toleransi nilai lebih dari 0,10 atau VIF lebih rendah dari 10.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	7.438	3.771	1.972	.051		
	X1.TOTAL	.824	.337	.279	2.442	.541	1.849
	X2.TOTAL	.307	.231	.137	1.331	.661	1.512
	X3.TOTAL	.040	.190	.020	.209	.763	1.310

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

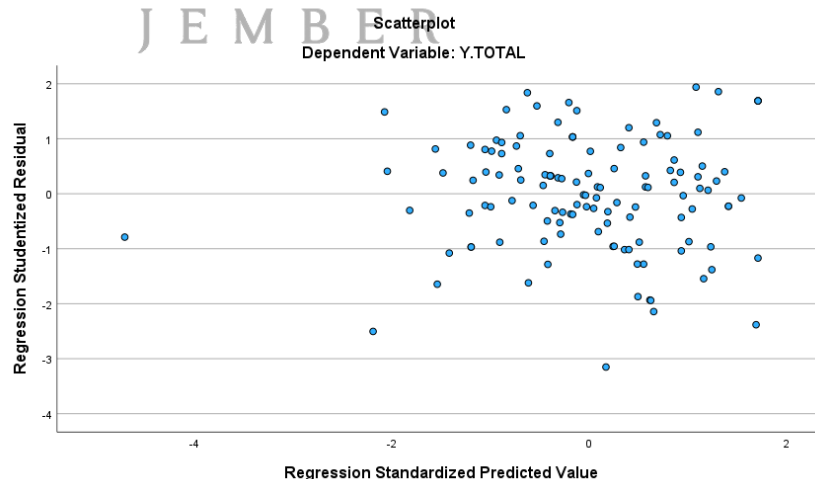
Nilai VIF dan toleransi dapat dilihat pada tabel diatas. Variabel media sosial (X1) menunjukkan nilai tolerance 0,541 dan nilai VIF 1.849, variabel dompet digital (X2) menunjukkan nilai tolerance 0,661 dan nilai VIF 1,512, dan variabel literasi keuangan syariah (X3)

menunjukkan nilai tolerance 0,763 dan nilai VIF 1,310. Nilai tolerance dari variabel tersebut lebih dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10. Dengan demikian, dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser dan Teknik scatterplot test. Scatterplot dapat digunakan dengan menunjukkan bahwa grafik tidak memiliki pola yang dapat dilihat. Jika titik- titik berjarak sama dan berada diatas dan dibawah 0, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Menurut gambar 4.4 dapat dilihat bahwa titik-titik pada kolom terdistribusi secara acak dan menyebar diatas maupun dibawah angka 0. Artinya, penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.438	3.771		1.972	.051
	X1.TOTAL	.824	.337	.279	2.442	.016
	X2.TOTAL	.307	.231	.137	1.331	.186
	X3.TOTAL	.040	.190	.020	.209	.835

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 7,438 + 0,824X_1 + 0,307X_2 + 0,040X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- 1) Kostanta (α) sebesar 7,438 menunjukan bahwa besarnya variabel dependen (perilaku konsumtif) bernilai 7,438 jika variabel independen yaitu media sosial, dompet digital, dan literasi keuangan syariah = 0.
- 2) Variabel media sosial (X_1) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukan dengan nilai koefisien regresi variabel media sosial (b_1) sebesar 0,824. Dengan asumsi variabel lain tidak

diteliti dalam penelitian ini, berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel media sosial akan memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 0,824.

- 3) Variabel dompet digital (X2) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sesuai dengan nilai koefisien regresi variabel dompet digital (b2) yaitu sebesar 0,307. Dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini, berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel dompet digital akan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 0,307.
- 4) Variabel literasi keuangan syariah (X3) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah (b3) yaitu 0,040. Dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini, berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel literasi keuangan syariah (X3) maka variabel perilaku konsumtif akan turun sebesar 0,040.

5. Uji Hipotesis

- 1) Uji signifikansi parameter individual (uji t)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Penentuan uji t diukur dengan melihat nilai probabilitas dan perbandingan thitung dan ttabel. Nilai ttabel dapat diperoleh melalui rumus:

$t(a/2 ; n-k-1)$ dengan keterangan :

a = tingkat kepercayaan 95% = 0,05

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (bebas)

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui bahwa $\alpha = 0,05$ dengan perhitungan bahwa $t_{tabel} = t(0,05/2 : 125-3-1)$ dengan hasil $0,025 : 121 = 1,979$

Dari hasil pengujian secara parsial dengan bantuan media SPSS, dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.438		1.972	.051
	X1.TOTAL	.824	.279	2.442	.016
	X2.TOTAL	.307	.137	1.331	.186
	X3.TOTAL	.040	.020	.209	.835

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2025

Berikut merupakan pembahasan hasil analisis uji t (parsial)

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022
- H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas diketahui bahwa nilai signifikan variabel media sosial (X1) sebesar $0,016 < 0,05$ dan

nilai t hitung lebih besar dari variabel yaitu $2,442 > 1,979$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebagaimana dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

- 2) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dompet digital secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara dompet digital secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas diketahui bahwa nilai signifikan variabel dompet digital (X_2) sebesar $0,186 > 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari variabel yaitu $1,331 < 1,979$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak. Sebagaimana dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dompet digital secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

- 3) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syariah secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syariah secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas diketahui bahwa nilai signifikan variabel literasi keuangan syariah (X3) sebesar $0,835 > 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari variabel yaitu $0,209 < 1,979$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Sebagaimana dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syariah secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh media sosial, dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan menggunakan hasil dari output SPSS dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%, kriterianya sebagai berikut:

1) $\text{Sig F} < 0,05$ = maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2) $\text{Sig F} > 0,05$ = maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Cara lain dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Adapun kriteria sebagai berikut:

1) F hitung $>$ F tabel = maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2) F hitung $<$ F tabel = maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Nilai F tabel diturunkan dari rumus yang melibatkan derajat kebebasan pertama ($df_1 = k - 1$) dan derajat 88 kebebasan kedua ($df_2 = n - k$), di mana df_1 atau N_1 dan df_2 atau N_2 . Sehingga, nilai dari ($df_1 = 4-1$) dan ($df_2 = 125-4$) adalah $N_1 = 3$ sedangkan $N_2 = 121$. Dalam pengujian yang menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, nilai F tabel yang diperoleh adalah 2,68.

Tabel 4.14
Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	523.485	3	174.495	7.017	<,001 ^b
	Residual	3009.107	121	24.869		
	Total	3532.592	124			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2025

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial, dompet digital, dan literasi keuangan syariah secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022

H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial, dompet digital, dan literasi keuangan syariah secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

Berdasarkan data pada tabel 4.14, nilai signifikansi yang tercatat adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai F hitung sebesar 7.017, yang jauh melampaui F tabel sebesar 2,68. Kesimpulan yang diambil adalah hipotesis keempat (H4) diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel media sosial, dompet digital, dan literasi

keuangan syariah terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa AKS UIN KHAS Jember Angkatan 2022.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi mengindikasikan seberapa besar sumbangan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.385 ^a	.148	.127	4.987

a. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2025

Rentang nilai koefisien determinasi adalah dari 0 hingga 1, atau dari 0% hingga 100% jika diungkapkan dalam persentase. Nilai koefisien determinasi mendekati 1 atau 100% menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.15, didapatkan Adjusted R Square sebesar 0,127. Nilai ini mengindikasikan bahwa persepsi media sosial, dompet digital dan literasi keuangan syariah menjelaskan 12,7% berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sisanya, yaitu 87,3,4%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Media Sosial (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 2,442 dengan tingkat signifikan 0,016. Karena t hitung 2,442 > t tabel 1,979 dengan tingkat signifikan 0,016 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Aks Angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dari responden (Prodi Aks Angkatan 2022 UIN KHAS Jember) dipengaruhi oleh indikator-indikator yang ada dalam media sosial, indikator tersebut meliputi kemudahan, kepercayaan, dan kualitas informasi. Artinya tingginya frekuensi penggunaan platform seperti Instagram dan TikTok berhubungan erat dengan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif, terutama ketika mereka terpapar konten promosi dari influencer dan iklan digital yang dirancang secara spesifik sesuai dengan minat mereka. Selain itu, norma sosial yang terbentuk di media sosial turut mendorong mahasiswa untuk mengikuti

tren konsumsi yang ada, guna menjaga relevansi dalam lingkungan pergaulan mereka.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahmi, dkk, dimana dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa media sosial sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.⁵⁹

Dewi Wulandari, dkk. dimana dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.⁶⁰

2. Pengaruh Dompot Digital (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 1,331 dengan tingkat signifikan 0,186. Karena t hitung 1,331 < t tabel 1,979 dengan tingkat signifikan 0,186 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel dompet digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Setelah dilakukan analisis data terhadap penelitian ini, hasil analisisnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

⁵⁹ Aulia Rahmi, Erissa Nilasari, Abdul Gafur, "Penggunaan Media Sosial Tiktok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Dikota Banjarmasin" Jurnal Al-Ujrah Vol. 2 No. 1 (2024).

⁶⁰ Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, Agus Suyatno, "Penaggaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta" Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi Vol. 2 No. 3 Agustus 2024

Tidak jarang juga mahasiswa dapat mengontrol pembelian dengan menggunakan aplikasi dompet digital karena belum mendapatkan penghasilan sendiri tetapi masih bergantung pada orang tua. Menurut penelitian, mayoritas mahasiswa UIN KHAS Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember Prodi Akuntansi Syariah Angkatan 2022 menggunakan dompet digital karena tidak berpengaruh pada seberapa sering mereka berbelanja barang. Temuan studi tersebut juga menunjukkan bahwa kontrol siswa atas transaksi meningkat seiring bertambahnya usia, dan bahwa kehadiran teknologi canggih tidak selalu memengaruhi kecenderungan konsumsi seseorang saat melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Tania Yulista Pratiwi, dimana dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa tidak dapat pengaruh secara signifikan antara variabel dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.⁶¹

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 0,209 dengan tingkat signifikansi 0,835.

Karena t hitung $0,209 < t$ tabel 1,979 dengan tingkat signifikansi $0,835 >$

⁶¹ Tania Yulista Pratiwi, "Pengaruh motivasi, Gaya Hidup, dan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember" (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023), 126.

0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Setelah dilakukan analisis data terhadap penelitian ini, hasil analisisnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan dari hasil penelitian, bahwasannya literasi keuangan syariah yang telah didapatkan dalam bangku perkuliahan seperti mata kuliah manajemen keuangan syariah serta pengalaman terkait bidang keuangan syariah dan asetnya berupa keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip islam memiliki dampak yang cukup baik terhadap mahasiswa. Hal ini bisa menjadi pertimbangan bahwa dengan literasi keuangan syariah terdapat keinginan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Zakiah Sofyan, dimana dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa tidak dapat pengaruh secara signifikan antara variabel dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.⁶²

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompet Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

⁶² Ida Zakiah Sofyan, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif" (Skripsi FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023), 72.

Berdasarkan perhitungan uji F dapat diamati bahwa variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Hal ini dapat dibuktikan melalui alat bantu program SPSS Statistic versi 29 bahwa nilai Fhitung sebesar $7,017 > F \text{ tabel } 2,68$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_4 diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa apabila variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah lebih ditingkatkan lagi dan diperhatikan maka hal ini dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Sosial (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 2,442 dengan tingkat signifikan 0,016. Karena t hitung 2,442 > t tabel 1,979 dengan tingkat signifikan 0,016 < 0,05.

Kesimpulan: "Media Sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam". Artinya tingginya frekuensi penggunaan platform seperti Instagram dan TikTok berhubungan erat dengan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif, terutama ketika mereka terpapar konten promosi dari influencer dan iklan digital yang dirancang secara spesifik sesuai dengan minat mereka.

2. Pengaruh Dompot Digital (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 1,331 dengan tingkat signifikansi 0,186. Karena t hitung 1,331 < t tabel 1,979 dengan tingkat signifikansi 0,186 > 0,05.

Kesimpulan: "Dompot Digital (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam". Artinya Tidak jarang juga mahasiswa dapat mengontrol pembelian dengan menggunakan aplikasi dompet digital karena belum mendapatkan penghasilan sendiri tetapi masih bergantung pada orang tua.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (individual) diperoleh perbandingan yaitu t hitung 0,209 dengan tingkat signifikansi 0,835. Karena t hitung 0,209 < t tabel 1,979 dengan tingkat signifikansi 0,835 > 0,05.

Kesimpulan: "Literasi Keuangan Syariah (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam". Artinya literasi keuangan syariah yang telah didapatkan dalam bangku perkuliahan seperti mata kuliah manajemen keuangan syariah serta pengalaman terkait bidang keuangan syariah dan asetnya berupa keuangan

maupun non keuangan berdasarkan prinsip islam memiliki dampak yang cukup baik terhadap mahasiswa.

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq (KHAS) Jember

Berdasarkan perhitungan uji F dapat diamati bahwa variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Hal ini dapat dibuktikan melalui alat bantu program SPSS Statistic versi 29 bahwa nilai F_{hitung} sebesar $7,017 > F_{tabel}$ 2,68 dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_4 diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember. Artinya bahwa apabila variabel Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah lebih ditingkatkan lagi dan diperhatikan maka hal ini dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Prodi AKS Angkatan 2022 UIN KHAS Jember.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas, ada beberapa saran yang akan disampaikan oleh peneliti, diantaranya:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya Peneliti memberikan rekomendasi lain kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu memperluas wilayah penelitian yang akan datang guna meningkatkan kualitas penelitian. Misalnya dengan memperbanyak populasi atau membandingkan kelompok siswa laki-laki dan perempuan dalam studi banding. Penting juga untuk diingat bahwa tidak semua hal dapat diungkapkan dengan menggunakan skala studi, sehingga penting untuk memasukkan data tambahan, seperti observasi dan wawancara, sebagai referensi tambahan dalam analisis data. Ini akan memastikan bahwa hasilnya menyeluruh dan akurat.
2. Bagi Orang Tua Bagi orang tua hendaknya memperhatikan kondisi perkembangan anak dengan cara lebih memahami perubahan kondisi anaknya tidak hanya segi fisik namun dari segi psikis dan sosial, sehingga orang tua lebih mengenal dengan baik lingkungan pergaulan atau interaksi sosial anak diluar keluarga. Orang tua juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing, dan mendidik anaknya dengan tetap mempertimbangkan pemikiran dan perasaan mereka sehingga hal tersebut dapat membentuk hubungan yang baik antara anak dan orang tua, dapat menghindari pengaruh yang negatif dari lingkungan pergaulannya.

3. Bagi Pembaca diharapkan lebih sabar dan bijak dalam mengelola pengeluaran sehari-hari. Penting untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Mengedalikan pengaruh iklan dan media sosial pada era digital saat ini yang dapat mudah merubah gaya hidup konsumtif.



DAFTAR PUSTAKA

- A.W, Nasution, “Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol.7 No.1
- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022).
- Abidzar, Madhan, Mintasi Indriayu, Aniek Hindrayani, “Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta” *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* Vol. 7 No. 2 (2023).
- Aini, Putri Nur, Sri Rahayu Ningsih, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya” *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2 No. 2 (2024).
- Akbar, M, Misbahuddin & Wahab A, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Kewirausahaan Muslim Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Kuliner Di Kota Makassar)”, *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol.3 No. 1.
- Ariwangsa, I. G. N Okta, Gde Bagus Surya Jayanatha, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar” *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol. 11 No. 3 (2023).
- Chrisna, Heriyati, Hernawaty, Noviani. *literasi Keuangan Syariah*. (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023).
- Dewa, Chriswardana Bayu dan Lina Ayu Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie),” *Khasanah Ilmu -Jurnal Pariwisata Dan Budaya*12, no. 1 (29 Maret 2021).
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. (2017).
- Digdowiseiso, K, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2017).

- Efendi, Jonaedi, Johnny Ibrahim: *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Jakarta: Kencana, 2018).
- Fatmawatie, Naning. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (IAIN Kediri Pres, 2022).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang: UNDIP* (2006), 2013.
- Gunawan , Anggi Ariena Lu'ulqolby, Ajeng Win, "Pengaruh Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Di Masa Kini" *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol. 1 No. 6 (2022).
- Haryana, R. D. "Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping". *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29.(2020).
- Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik Dot.id", *Human Falah*, Vol. 10 No. 1 2023.
- I, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* 23. (Badan Universitas Diponogoro, 2013).
- Istianingsih, Kamil. I, "Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. *TEST Engineering & Management*, 2020.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. "Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics". *INOVASI*, 17(2), 377–385 (2021).
- Lestari, Anisa Dea, Husnul Fikriyah, "Pengaruh Literasi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiwa Pengguna Shopeepay Di Surabaya)" *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 6 No. 2 (2023).
- M, Ramadhani, H, Rahmi M, Fathoni, M. A, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank. In *Prosiding BIEMA*" (Business Management, Economic, and Accounting Nasional Seminar).
- Mangkunegara. *Perilaku konsumen*. (Bandung: PT Refika Aditama) 2022.
- Mulyana, Mumuh, Abdul Roup, Sulastri, "Pelatihan Penerapan Potongan Harga Pada layanan Dompot Digital OVO" *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* Vol. 1 No. 1 (2020).

- Nasution, Eri Yanti dkk., “Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia,” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 3, no. 2 (30 Juni 2020).
- Naurah, Nada, “E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, Ini Potensinya Pada 2025 Mendatang - GoodStats,” 2023.
- Nazir, Moh, “*Metode Penelitian Bogor Ghalia Indonesia*”, 1985,240.
- Nurhasanah, Fauziah, N, ” The Effect Of The Perception Of Electronic Money On Consumptive Behavior Of Sebi Students” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol.8 No.1 2020.
- Pratiwi Ana, Kuni Zakkiyatul Laila, Daru Anando, “Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia”, *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1 2022
- Pratiwi Tania Yulista, “Pengaruh motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negari (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember” (Skripsi, UIN KHAS Jember,2023).
- Puspitarini, Dinda Sekar, Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Jurnal commo*, Vol. 3 No. 1 2019.
- Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, Muliyan, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religuitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa” *Jurnal Economina* Vol. 1 No. 1 (2022).
- Rahmi, Aulia, Erisa Nilasari, Abdul Gafur, “Penggunaan Media Sosial Tiktok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Dikota Banjarmasin” *Jurnal Al-Ujrah* Vol. 2 No. 1 (2024).
- Rania, Darin. “Survei Dompot Digital Paling Favorit Di Indonesia”, *Jubelio.com*, 2024
- Ruwaidah, Siti Homisyah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 1 No. 1 (2020).
- Si Manis, “Pengertian Media Sosial : Karakteristik, Fungsi, Jenis Dan Dampak Media Sosial,” Pelajaran Sekolah Online (blog), 29 September 2022.

- Sinamora, Bilson, *“Analisis Multivariat Pemasaran”*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 2023.
- Sofyan Ida Zakiah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif” (Skripsi FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023).
- Sugiarti, Dian, ”Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (studi kasus pada siswa SMK di Jakarta), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(01), 2023, 766-772.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cetakan 23 (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Suliyanto, *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011).
- Sumartono. *Terperangkap Dlam Iklan*. (Bandung: CV Alfabeta, 2002).
- Supriyanto & Sani, A, *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang: UIN- Maliki Pres, 2010).
- Suyanto. *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. (Serang Banten: CV.AA. RIZKY, 2023).
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, (Jember: UIN KHAS, 2021).
- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. (N.p., Penerbit NEM, 2021).
- Wulandari Dewi, R. Taufiq Nur Muftiyanto, Agus Suyatno, “Penaggaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta” *Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi* Vol. 2 No. 3 Agustus 2024.
- Zianti, Rahma Nur, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon” *Gorontalo Development Riview* vol. 5 No. 1 (2022).

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zasqia Noer Aliyah

Nim : 214105030046

Prodi Studi : Akuntansi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, LAYANAN DOMPET DIGITAL, DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI PERGURUAAN TINGGI ISLAM”** Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 21 Mei 2025



Zasqia Noer Aliyah
NIM. 214105030068

Lampiran 1. Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	REFERENSI	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam.	Media Sosial (X1)	a. Kemudahan b. Kepercayaan c. Kualitas Informasi	Muhammad Nur Fani Abdullah “Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif” (Jurnal Pendidikan Dewantara Vol. 8 No 2 2022)	Kuisisioner/angket yang dibagikan kepada mahasiswa prodi akuntansi syariah angkatan 2022	a. Penelitian Kuantitatif b. Penentuan Responden/sampling c. Metode Pengumpulan data menggunakan kuisisioner/angket d. Analisis data menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) Versi 29	1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 2. Bagaimana pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? 4. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial, layanan dompet digital, dan
	Dompot Digital (X2)	a. Manfaat Dompot Digital b. Sikap Pengguna c. Inovasi Dompot Digital	Desan Henriawan “Pengaruh Dompot Digital dan Variasi			

			Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee” (Koliansi Cooperative Jurnal Vol. 3 No. 1 2023			literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
	Literasi Keuangan Syariah (X3)	 a. Pengetahuan b. Kemampuan c. Sikap d. Kepercayaan	Fajriah Salim “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Perbankan Syariah”			

			(Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5 No. 2 2022)			
	Perilaku Konsumtif (Y)	a. Membeli produk karena iming-iming memberi b. Membeli produk karena kemasan menarik c. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga e. Membeli produk hanya menyimpan symbol dan status f. Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan contoh yang diiklankan g. Mencoba lebih dari satu produk dengan merk yang berbeda	Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM “E- Commerce dan Perilaku Konsumtif” (IAIN KEDIRI Pres, 2022)			

Lampiran 2. Pedoman Angket Penelitian

Judul:

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam

A. Identitas Responden

Nama:

Prodi Akuntansi Syariah:

Nim:

Dompot Digital Yang Dimiliki:

Media Sosial Yang Dimiliki:

B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan saudara/i untuk mengisi seluruh pertanyaan yang ada.
2. Dari daftar pertanyaan yang ada dikelompokkan dalam 4 (empat) bagian utama indikator pengukuran (Lihat Tabel)
3. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu diskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
4. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda centang (✓) di kolom pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.
5. Isilah dengan jawaban yang sejujur-jujurnya.

6. Ada lima alternatif jawaban yang disediakan (kategori Likert), yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS): 5
- b. Setuju (S): 4
- c. Netral (N): 3
- d. Tidak Setuju (TS): 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS): 1

7. Seluruh jawaban yang saudara/i berikan dianggap benar dan terjamin kerahasiaannya.

8. Instrumen berupa ceklist ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata, tidak untuk yang lain.

C. Pernyataan

Beri tanda centang pada salah satu pilihan jawaban yang bapak/ibu paling sesuai dengan keadaan sebenarnya.

1. Media Sosial (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa media sosial memudahkan saya dalam memberikan informasi mengenai trend terbaru					
2.	Saya merasa yakin bahwa informasi/iklan yang saya temui diplatform media sosial adalah akurat dan dapat dipercaya					
3.	Saya merasa media sosial dapat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan saya					

2. Dompot Digital (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya uang saya aman ketika bertransaksi menggunakan dompet digital					
2.	Menggunakan dompet digital memudahkan saya dalam bertransaksi					
3.	Dompot digital memiliki banyak penawaran fitur untuk pendukung transaksi berbelanja					
4.	Adanya dompet digital membuat saya sering berbelanja suatu barang					

3. Literasi Keuangan Syariah (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memiliki pengetahuan tentang mengatur keuangan terutama pemasukan dan pengeluaran					
2.	Saya memiliki kebiasaan menabung untukantisipasi kebutuhan tidak terduga dan jangka panjang					
3.	Saya menerapkan prinsip-prinsip keuangan syariah dalam pengelolaan keuangan pribadi sehari-hari					
4.	Saya meyakini dengan manajemen keuangan yang saya lakukan dapat meningkatkan kualitas hidup saya secara finansial dan spiritual					

4. Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk karena di iming-imingi diskon					
2.	Saya tertarik membeli suatu produk karena kemasannya menarik					
3.	Saya tertarik membeli suatu produk walaupun nya sekedar mengikuti orang lain					
4.	Saya membeli barang karena memiliki harga lebih rendah meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah					
5.	Saya membeli barang dari merk terkenal sebagai simbol atau status sosial					
6.	Saya cenderung membeli barang jika barang tersebut terlihat sesuai apa yang diiklankan					
7.	Saya suka membeli produk yang sama dengan merk yang berbeda					

LAMPIRAN 3. Dokumentasi Penelitian

1. Kuesioner

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan Nama saya Zasqia Noer Aliyah mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dalam rangka menyusun skripsi program sarjana strata satu (S1) dengan judul "Pengaruh penggunaan Media Sosial, Layanan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam" maka dari itu diperlukan dukungan mahasiswa/i untuk membantu saya mengisi kuesioner ini. Masukkan informasi yang jujur, benar dan akurat sangat diharapkan agar informasi ilmiah yang disajikan benar benar dapat dipertanggung jawabkan.

Silahkan pilih opsi jawaban yang paling sesuai menurut anda pada pilihan jawaban yang tersedia, seperti:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Informasi yang anda berikan akan sangat membantu saya dalam kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan Terima Kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

nahdiatulfitria14@gmail.com Ganti akun

🔒 Tidak dibagikan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Nama *

Jawaban Anda

Prodi Akuntansi Syariah *

☐ AKS 1

☐ AKS 2

☐ AKS 3

☐ AKS 4

☐ AKS 5

NIM *

Jawaban Anda

Dompot digital yang saya miliki *

☐ Gopay

☐ OVO

☐ Dana

☐ ShopeePay

☐ Link Aja

Media sosial yang saya miliki *

☐ Tiktok

☐ Gopay

☐ OVO

☐ Dana

☐ ShopeePay

☐ Link Aja

Media sosial yang saya miliki *

☐ Tiktok

☐ Instagram

☐ Facebook

[Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Penyarafan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

2. Tabulasi Penelitian

	X1. 2	X1. 3	TOTAL X1	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	TOTAL X2	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	TOTAL X3	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	TOTA LY
5	4	5	14	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	3	2	4	2	4	3	23
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	5	13	5	5	5	3	18	4	5	2	3	14	3	1	1	1	1	4	4	15
5	3	4	12	4	5	4	3	16	4	4	3	4	15	4	4	4	1	1	3	4	21
5	3	5	13	3	4	5	3	15	4	3	4	5	16	4	4	2	3	4	5	2	24
5	3	4	12	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	2	3	4	3	23
5	4	5	14	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17	4	4	3	3	4	5	2	25
4	3	3	10	5	5	3	3	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	5	23
3	4	4	11	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	3	3	26
5	2	4	11	4	4	4	5	17	3	3	4	4	14	2	2	2	3	3	4	2	18
4	3	4	11	3	4	4	5	16	4	3	4	5	16	1	3	4	4	2	5	2	21
5	3	4	12	4	5	5	3	17	3	5	3	3	14	3	3	3	3	4	4	3	23
5	2	5	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	1	4	3	3	3	3	3	20
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	1	3	1	3	1	5	1	15
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	14	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	3	4	3	2	1	5	3	21
5	3	3	11	4	4	5	5	18	4	4	3	4	15	3	2	1	3	3	4	3	19
5	3	5	13	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17	3	4	2	1	2	4	2	18
5	4	4	13	3	4	4	3	14	4	3	3	3	13	4	4	3	3	1	4	3	22
5	4	5	14	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	2	2	1	1	4	3	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28

5	2	3	10	3	4	4	4	15	4	2	2	3	11	3	2	2	4	2	3	3	19
5	5	5	15	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	3	1	3	5	5	25
5	3	4	12	5	5	5	3	18	5	5	4	5	19	4	4	3	3	1	4	3	22
5	4	5	14	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18	4	4	3	4	2	5	4	26
5	3	4	12	3	5	5	4	17	5	3	3	4	15	5	3	3	4	1	5	2	23
5	4	5	14	4	5	5	2	16	4	4	3	4	15	2	2	1	2	1	5	2	15
5	4	5	14	4	5	5	5	19	4	3	3	4	14	4	4	4	2	4	4	2	24
4	2	4	10	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	4	1	1	3	1	3	3	16
4	2	4	10	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	4	1	1	3	1	3	3	16
5	3	4	12	4	5	5	5	19	4	2	4	4	14	4	1	2	4	2	5	1	19
4	3	5	12	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17	3	3	2	2	2	4	4	20
5	3	4	12	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	2	3	2	3	3	3	3	19
4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	5	4	30
5	3	4	12	4	5	5	4	18	4	4	3	4	15	5	3	3	3	2	5	3	24
5	3	5	13	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	4	5	30
5	3	4	12	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	1	1	1	1	1	1	2	8
4	2	3	9	3	4	4	4	15	3	4	3	4	14	4	4	3	4	2	4	3	24
5	3	5	13	5	5	5	4	19	4	5	1	3	13	3	1	1	1	2	3	4	15
5	3	3	11	4	4	4	5	17	5	5	3	4	17	5	5	2	2	2	5	5	26
5	1	5	11	3	5	5	5	18	3	5	3	5	16	3	1	1	1	5	5	5	21
3	3	3	9	2	2	2	4	10	5	5	5	5	20	1	1	1	1	1	1	1	7
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
5	3	3	11	4	4	4	5	17	4	4	3	5	16	2	2	2	2	2	3	3	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	3	3	21

4	3	4	11	5	5	5	5	20	3	2	1	2	8	5	4	4	4	5	5	3	30
5	3	4	12	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	1	3	3	3	3	23
5	4	3	12	4	5	5	4	18	3	3	3	4	13	5	4	3	3	2	3	3	23
5	4	4	13	3	4	4	4	15	4	3	3	4	14	4	4	2	4	3	4	1	22
5	3	5	13	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	5	4	4	4	4	2	2	25
5	4	5	14	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	35
5	1	4	10	3	5	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	3	2	3	5	1	21
5	3	5	13	4	5	5	5	19	5	3	3	5	16	4	5	5	4	5	5	3	31
4	4	5	13	3	5	3	3	14	4	4	5	5	18	4	2	3	3	2	5	3	22
5	3	5	13	4	4	3	3	14	5	5	4	5	19	5	4	3	3	3	5	2	25
4	3	5	12	3	4	3	3	13	4	4	5	3	16	3	2	1	1	1	4	2	14
4	4	5	13	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	5	4	3	2	4	4	4	26
5	4	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	5	3	2	3	1	3	2	19
4	5	3	12	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	4	3	3	2	3	4	5	24
4	4	4	12	3	3	3	4	13	5	2	3	2	12	3	4	4	2	4	2	4	23
4	4	3	11	4	3	3	3	13	5	5	5	5	20	3	5	5	2	4	5	2	26
3	3	5	11	4	4	3	3	14	4	3	3	5	15	5	4	4	3	2	4	3	25
4	5	5	14	4	4	5	4	17	3	5	5	5	18	5	4	4	2	3	5	4	27
4	4	3	11	4	5	5	3	17	4	4	5	4	17	3	3	3	5	4	3	3	24
4	4	3	11	5	3	4	3	15	4	5	5	3	17	3	4	4	3	3	5	5	27
4	3	4	11	2	4	4	3	13	3	3	3	5	14	4	4	2	4	4	5	2	25
5	2	4	11	3	4	4	2	13	3	4	3	4	14	2	4	2	2	4	4	2	20
5	4	5	14	5	4	4	3	16	5	4	4	4	17	3	1	2	1	2	3	2	14
5	4	5	14	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20	1	4	4	3	3	4	3	22
4	3	5	12	4	4	3	5	16	5	4	4	5	18	5	2	3	4	5	2	3	24

5	4	4	13	4	5	4	3	16	3	4	5	5	17	3	2	2	1	3	4	4	19
4	3	4	11	3	4	4	3	14	3	2	4	5	14	2	3	2	1	3	3	3	17
5	5	5	15	4	4	3	4	15	3	5	5	5	18	3	5	3	5	4	5	2	27
4	3	4	11	3	4	3	3	13	4	4	4	5	17	4	4	3	2	1	4	2	20
4	3	5	12	4	4	3	3	14	4	5	3	5	17	5	4	3	2	4	4	2	24
4	2	4	10	3	5	4	3	15	3	3	3	4	13	5	3	2	1	4	4	3	22
5	4	5	14	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	3	2	3	5	4	26
4	3	5	12	4	5	3	3	15	4	4	4	4	16	4	3	3	2	3	4	5	24
4	5	5	14	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	5	4	5	3	5	4	31
5	5	5	15	5	5	3	4	17	5	5	4	5	19	4	2	2	3	1	4	3	19
2	3	4	9	4	5	5	3	17	4	4	5	4	17	5	3	4	3	3	3	4	25
4	3	4	11	4	4	4	4	16	5	2	2	4	13	5	5	4	5	2	5	5	31
4	4	5	13	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	4	4	5	4	3	4	5	29
4	4	5	13	4	5	4	3	16	4	4	4	5	17	4	3	4	4	3	5	3	26
5	4	5	14	5	3	3	5	16	4	3	3	4	14	5	3	3	4	4	3	3	25
5	5	5	15	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	4	3	1	3	5	4	25
5	5	5	15	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14	5	3	4	5	5	3	3	28
5	3	3	11	4	5	4	5	18	3	4	2	3	12	3	4	2	2	3	4	3	21
4	4	4	12	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	4	4	4	5	4	3	4	28
5	3	5	13	5	5	5	5	20	3	3	3	5	14	5	4	3	5	5	4	4	30
5	4	5	14	5	5	5	3	18	5	3	3	5	16	5	1	1	3	4	5	1	20
2	1	1	4	2	2	2	2	8	2	3	2	2	9	1	1	1	2	2	1	2	10
4	2	3	9	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	2	2	1	1	2	3	1	12
3	3	4	10	5	4	4	4	17	2	4	4	5	15	4	5	5	4	3	4	4	29
4	3	3	10	4	4	5	3	16	4	4	3	4	15	3	4	5	3	4	3	3	25

4	4	5	13	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18	5	5	4	3	4	5	4	30
3	3	3	9	3	4	4	4	15	4	5	4	5	18	4	2	3	2	3	4	4	22
5	4	5	14	4	5	5	5	19	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	4	10	3	3	2	1	9	3	3	3	4	13	4	5	4	2	2	5	4	26
3	3	3	9	3	4	4	2	13	4	4	4	4	16	3	3	2	2	3	2	3	18
3	3	4	10	5	5	4	2	16	5	5	4	5	19	3	3	3	4	4	3	3	23
5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	4	4	3	3	5	2	26
5	5	5	15	4	5	4	4	17	3	4	5	5	17	4	3	4	3	3	4	5	26
5	2	5	12	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	4	29
5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	3	4	3	4	4	27
5	2	5	12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	3	3	3	1	1	4	3	18
4	3	5	12	3	4	3	4	14	3	4	4	5	16	4	4	3	3	3	3	3	23
5	3	4	12	4	5	5	5	19	3	2	3	3	11	4	4	2	1	4	4	2	21
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	1	5	3	3	3	3	3	21
4	2	5	11	3	4	4	3	14	4	4	3	4	15	2	5	3	3	5	5	3	26
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	21
5	2	4	11	3	5	5	5	18	1	1	1	5	8	5	5	2	1	1	5	1	20
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
4	2	4	10	2	5	4	2	13	3	5	4	4	16	1	2	2	2	2	4	2	15
5	4	5	14	4	5	5	3	17	5	5	5	5	20	4	4	3	4	5	5	3	28
4	2	5	11	4	4	4	3	15	5	3	4	4	16	3	4	4	2	4	3	4	24
5	3	5	13	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	3	5	5	5	3	3	3	27
4	4	4	12	4	5	5	4	18	4	3	4	3	14	2	3	5	4	2	2	2	20
5	4	5	14	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	12	4	3	5	4	16	4	3	3	4	14	4	5	4	5	4	5	4	31

5	3	4	12	5	4	3	3	15	4	5	4	5	18	4	3	3	3	4	4	3	24
5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	4	12	4	3	3	5	15	3	3	3	3	12	3	4	3	4	3	4	3	24



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

Lampiran 4. Hasil Uji SPSS

A. Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

a. Variabel Media Sosial (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.181*	.425**	.674**
	Sig. (2-tailed)		.044	<.001	<.001
	N	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	.181*	1	.336**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.044		<.001	<.001
	N	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	.425**	.336**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	125	125	125	125
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.674**	.749**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	125	125	125	125

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

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

b. Variabel Dompel Digital (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.431**	.371**	.324**	.715**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	.431**	1	.629**	.228*	.744**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.011	<.001
	N	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	.371**	.629**	1	.387**	.798**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	.324**	.228*	.387**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.011	<.001		<.001
	N	125	125	125	125	125
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.715**	.744**	.798**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	125	125	125	125	125

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

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

c. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.438**	.458**	.316**	.709**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	125	125	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	.438**	1	.569**	.397**	.796**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	125	125	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	.458**	.569**	1	.526**	.845**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	125	125	125	125	125
X3.4	Pearson Correlation	.316**	.397**	.526**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	125	125	125	125	125
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.709**	.796**	.845**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	125	125	125	125	125

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

d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.346**	.327**	.299**	.263**	.378**	.313**	.628**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.2	Pearson Correlation	.346**	1	.677**	.405**	.420**	.392**	.310**	.764**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.3	Pearson Correlation	.327**	.677**	1	.547**	.485**	.222*	.446**	.803**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.013	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.4	Pearson Correlation	.299**	.405**	.547**	1	.447**	.166	.209*	.677**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.064	.019	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.5	Pearson Correlation	.263**	.420**	.485**	.447**	1	.169	.307**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	<.001		.059	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.6	Pearson Correlation	.378**	.392**	.222*	.166	.169	1	.160	.509**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.013	.064	.059		.075	<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.7	Pearson Correlation	.313**	.310**	.446**	.209*	.307**	.160	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.019	<.001	.075		<.001
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y1.TOTAL	Pearson Correlation	.628**	.764**	.803**	.677**	.678**	.509**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125

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

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Media Sosial (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.743	.742	4

b. Variabel Dompot Digital (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

c. Variabel Literasi Keuangan Syariah(X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	4

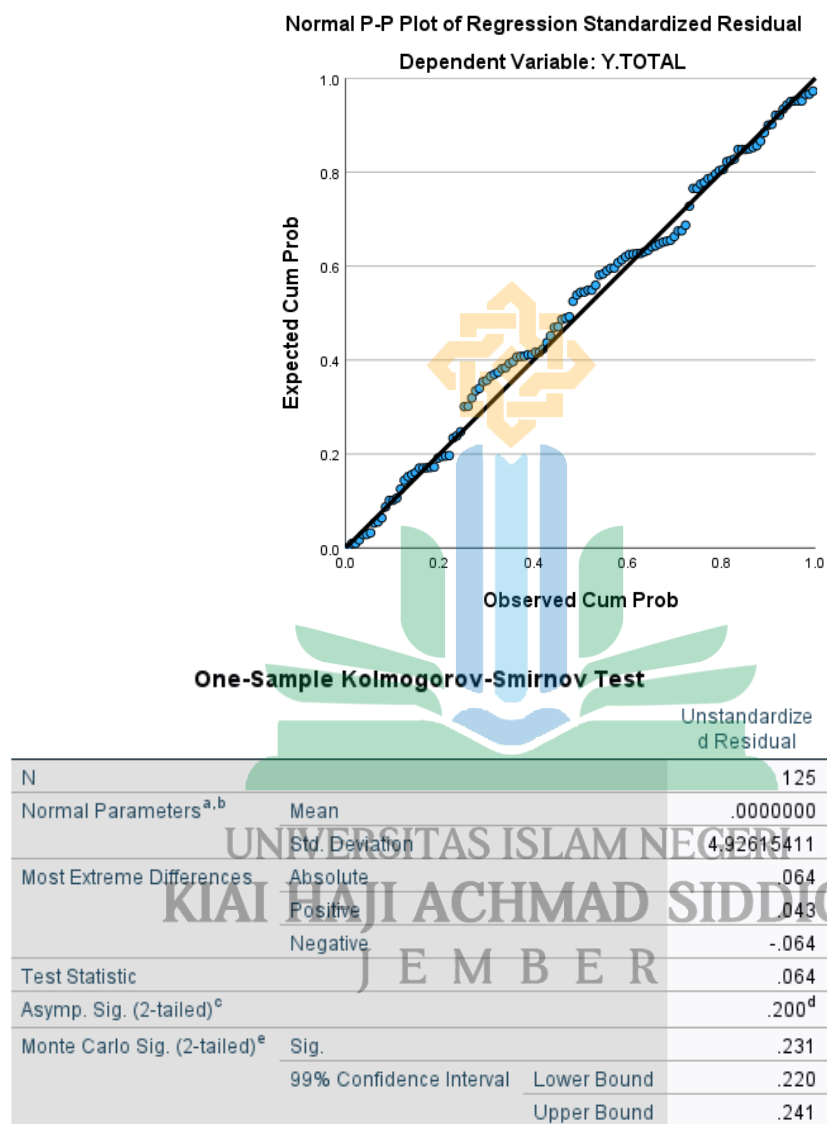
d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.791	7

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

B. Uji Asumsi Penelitian

1. Uji Normalitas



a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

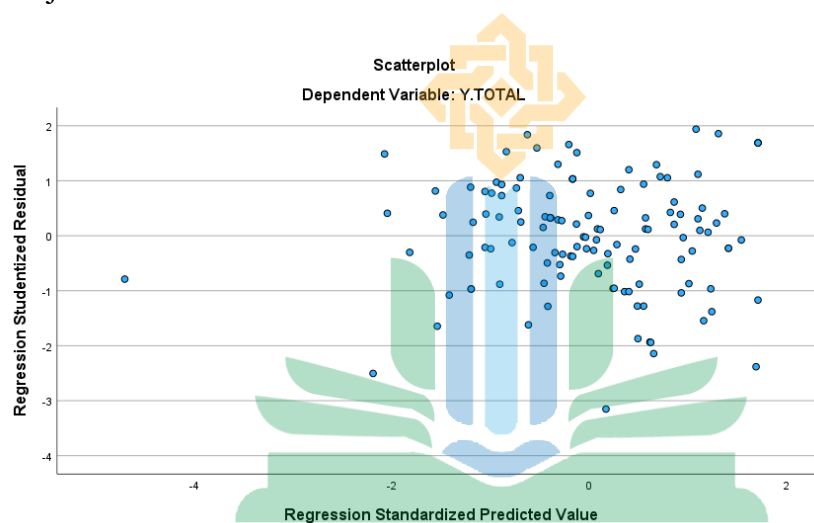
2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.438	3.771		1.972	.051		
	X1.TOTAL	.824	.337	.279	2.442	.016	.541	1.849
	X2.TOTAL	.307	.231	.137	1.331	.186	.661	1.512
	X3.TOTAL	.040	.190	.020	.209	.835	.763	1.310

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

3. Uji Heteroskedastisitas



C. Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.438	3.771		1.972	.051
	X1.TOTAL	.824	.337	.279	2.442	.016
	X2.TOTAL	.307	.231	.137	1.331	.186
	X3.TOTAL	.040	.190	.020	.209	.835

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

D. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.438	3.771		1.972	.051
	X1.TOTAL	.824	.337	.279	2.442	.016
	X2.TOTAL	.307	.231	.137	1.331	.186
	X3.TOTAL	.040	.190	.020	.209	.835

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	523.485	3	174.495	7.017	<.001 ^b
	Residual	3009.107	121	24.869		
	Total	3532.592	124			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

E. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.385 ^a	.148	.127	4.987

a. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

Lampiran.5 Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan
1	23 September 2024	Pengajuan Judul Skripsi
2	25 September 2024	Acc Judul Skripsi
3	6 November 2024	Penyusunan Proposal
4	25 November 2024	Acc Proposal
5	12 Desember 2024	Seminar Prposal
6	7 Januari 2025	Penyerahan Surat Izin Penelitian
7	14 Maret-14 April 2025	Penyebaran Kuesioner
8	2 Mei-5 Mei 2025	Analisis Data
9	6 Mei – 15 Mei 2025	Penyusunan Naskah Skripsi
10	16 Mei 2025	Acc Skripsi



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



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: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-24 /Un.22/7.a/PP.00.9./01/2025
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

7 Januari 2025

Kepada Yth.

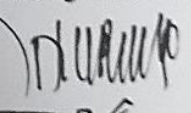
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad
 Siddiq Jember
 Jl. Mataram, No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas
 Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan
 mahasiswa berikut :

Nama : Zasqia Noer Aliyah
 NIM : 214105030046
 Semester : VII (Tujuh)
 Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Akuntansi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Pengaruh Penggunaan Media
 Sosial, Layanan Dompot Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku
 Konsumtif Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam" di lingkungan lembaga wewenang
 Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

An. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

 Nurul Widyawati Islami Rahayu



SURAT KETERANGAN

Nomor: 614/Un.22/D.5.WD.1/05/2025

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:

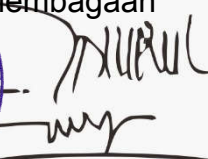
Nama : Zasqia Noer Aliyah
NIM : 214105030046
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi/ Fakultas : Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, pada tanggal 20 Januari – 20 Februari 2025 dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Layanan Dompert Digital, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam” Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember ”.**

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Mei 2025
a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan




Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Zasqia Noer Aliyah

NIM : 214105030046

Semester : VII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 21 Mei 2025

Koordinator Prodi. Akuntansi Syariah


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

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

BIODATA PENULIS



Nama : Zasqia Noer Aliyah
 Nim : 214105030046
 Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 21 Desember 2002
 Alamat : Jl. Raya Krajan 1, RT/RW: 003/008, Kasiyan Timur,
 Kecamatan Puger, Kabupaten Jember
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Akuntansi Syariah
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 No. Telepon : 0857-9126-1606

Riwayat Pendidikan:

1. TK Islam Baitul Ababil : 2008-2010
2. MI Al-Chaeriyah : 2010-2016
3. SMPN 1 Puger : 2016-2019
4. MAN 2 Jember : 2019-2021