

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* ,
DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA
ONLINE DALAM KONTEKS *FRUGAL LIVING* DI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh
Alviatus Soleha
Nim: 212105010062

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

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*,
DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA
ONLINE DALAM KONTEKS *FRUGAL LIVING* DI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Oleh
Alviatus Soleha
Nim: 212105010062
J E M B E R

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

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*,
DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA
ONLINE DALAM KONTEKS *FRUGAL LIVING* DI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

Alvatus Soleha

NIM: 212105010062

Disetujui Dosen pembimbing


Denari Dhahana Edtiversih, S.A., M.A.

NIP. 199501082022032001

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

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*,
DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA
ONLINE DALAM KONTEKS *FRUGAL LIVING* DI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari : Selasa
Tanggal : 17 Juni 2025

Tim Penguji:

Ketua


Ana Pratiwi, M.S.A.
NIP: 198809232019032003

Sekretaris


H. Muzayvin, S.E.I., M.E.
NIP: 197808142073211011

Anggota:

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. ()
2. Denari Dhahana Edtiyarsih, S.A, M.A. ()

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI **MUHAMMAD SIDDIQ**
JEMBER

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

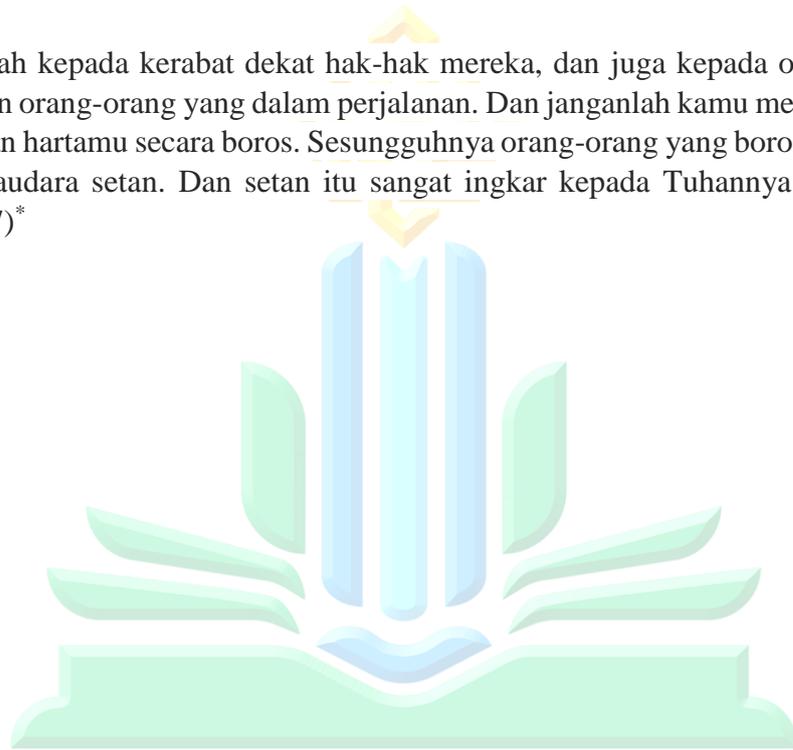
Dr. A. Abdillah, M.Ag
NIP: 196812261996031001



MOTTO

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۖ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ
لِرَبِّهِ كَفُورًا ۙ ۲۷

“Berikanlah kepada kerabat dekat hak-hak mereka, dan juga kepada orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara-saudara setan. Dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”(Q.S.AL-Isra:26-27)*



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

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia Nya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yaitu:

1. Teruntuk cinta pertamaku Bapak Nimo Hadi Purnomo, yang selalu percaya pada kemampuan putrimu, bahkan saat saya sendiri ragu. bapak yang menjadi sosok panutan yang telah mengajarkan arti tanggung jawab, keteguhan, dan keikhlasan. Mungkin ini adalah gelar yang dulu bapak impikan dan hari ini bapak sudah berhasil mewujudkan impian itu melalui anak perempuan pertamamu, Terimakasih Bapak Kini gadis kecilmu sudah dewasa dan sudah siap melangkah, membalas sedikit dari semua cinta dan pengorbanan yang tak pernah diharapkan kembali. Semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan dan panjang umur.
2. Teruntuk pintu surga, Ibu Buyati tercinta yang senantiasa membasahi setiap langkah saya dengan doa-doa penuh harap, yang tidak pernah lelah memberi dukungan, cinta, dan kasih sayang dalam setiap proses kehidupan saya, Terimakasih sudah memberi kesempatan untuk menuntut ilmu sejauh ini, tanpa bimbingan, kepercayaan, pengorbanan, serta restu Ibu, mungkin anak perempuan pertamamu ini tidak akan bisa terbang sejauh ini. Tolong hidup lebih lama bu, izinkan saya mengabdikan dan membalas segala pengorbanan ibu selama ini.
3. Teruntuk semua anggota keluarga besar dari Ibu dan Bapak serta kakak dan adik-adik saya Noven Ferdiansyah dan Renda Apriliana, terima kasih karena selalu mendukung, membantu, mendoakan kebaikan dan keberhasilan saya hingga saat ini.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Syahrir Bakhtiar. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya dari awal mengenyam pendidikan ini hingga selesai, Berkontribusi banyak dalam karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Terimakasih atas kebaikan, nasihat dan dukungan sehingga penulis semangat menyelesaikan karya ini.
5. Teruntuk teman-teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah terutama Mala Putri Rahayu yang selalu saling support dan berproses bersama belajar di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
6. Teruntuk Almamater Fakultas dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan syarat kelulusan program sarjana. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa kebaikan bagi umat islam. Banyak pihak bekerja sama dan mendukung penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

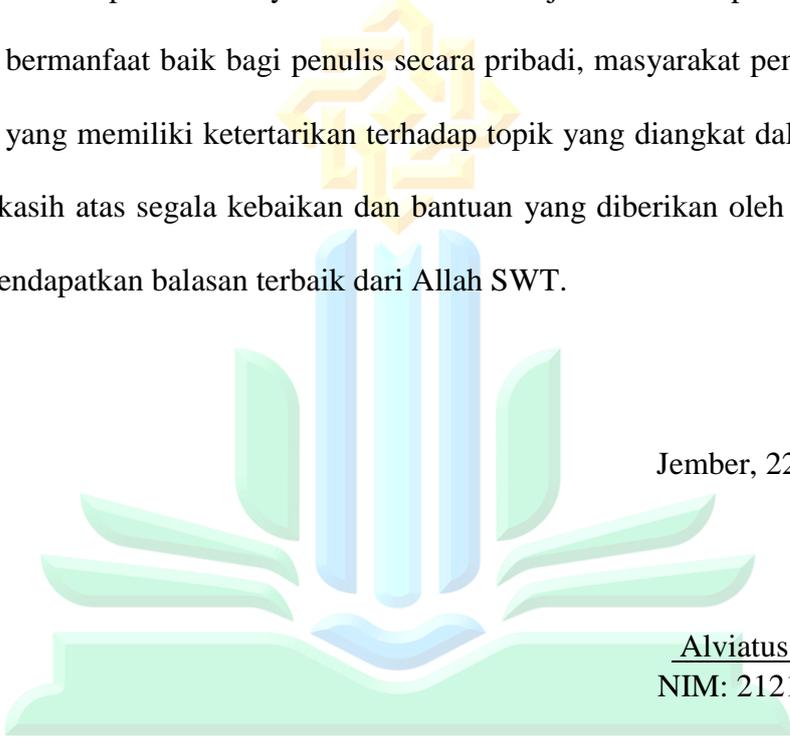
1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ana Pratiwi, S.E., A.k., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Dr. Munir Is'adi, S.E.M.Akun. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
7. Denari Dhahana Edtiyarsih, SA, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu serta masukan selama pengerjaan skripsi ini.

8. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.

Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk memperbaiki skripsi ini karena penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini bermanfaat baik bagi penulis secara pribadi, masyarakat pembaca, dan pihak lain yang memiliki ketertarikan terhadap topik yang diangkat dalam skripsi ini. Teria kasih atas segala kebaikan dan bantuan yang diberikan oleh Bapak/Ibu semoga mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Jember, 22 Mei 2025

Alviatus Soleha
NIM: 212105010062



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

ABSTRAK

Alviatus Soleha, Dhenari Dhahana Edtiyarsih. 2025: Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja Online Dalam Konteks Frugal Living Di Kabupaten Jember

Kata kunci: Literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan, minat belanja online, masyarakat Jember

Di era globalisasi, teknologi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern karena mempermudah pemenuhan kebutuhan manusia. Salah satunya Sektor keuangan di Indonesia yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi saat ini. Adanya perubahan sistem transaksi masyarakat yang berawal dari tunai menjadi non-tunai. Perubahan mempengaruhi industri perbankan sebagai penyedia layanan keuangan. Perbankan merespons perkembangan ini dengan berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan non-bunga (*fee based income*), salah satunya melalui kerja sama dengan platform *e-commerce*. Bank terus mengembangkan layanan seperti *mobile banking* dan internet banking yang menawarkan kemudahan transaksi tanpa batasan ruang dan waktu.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember? 2) Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember? 3) Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember? 4) Apakah literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan berpengaruh secara simultan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan Terhadap Minat Belanja online di kabupaten Jember. 2) Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* Terhadap Minat Belanja online di kabupaten Jember. 3) Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan Terhadap Minat Belanja online di kabupaten Jember. 4) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember.

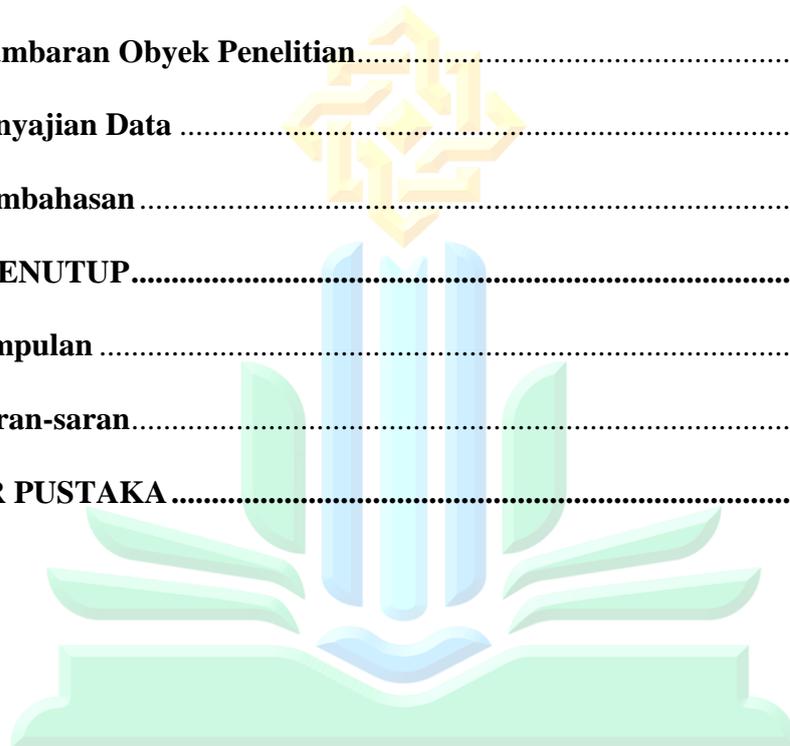
Penelitian ini menggunakan jenis Asosiatif dengan pendekatan Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Jember yang memiliki atau pernah menggunakan *E-commerce* dengan jumlah sampel 100 orang. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

Simpulan penelitian ini adalah 1) Literasi keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kabupaten Jember. 2) *Digital payment* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat belanja dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember. 3) *sikap keuangan* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat belanja dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember. 4) Literasi keuangan, *Digital payment*, dan sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat belanja dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
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 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian.....	23
H. Hipotesis.....	25
I. Sistematika penelitian.....	29
BAB II KAJIAN PUSTAKA	31
A. Penelitian Terdahulu	31
B. Kajian Teori.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	62

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	62
B. Populasi dan sampel penelitian.....	62
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data.....	64
D. Analisis Data	68
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	73
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	73
B. Penyajian Data	74
D. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	105
A. Simpulan	105
B. Saran-saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	107



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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Ketentuan Skala Likert.....	65
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	76
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Rentang Pengeluaran belanja Perbulan	76
Tabel 4. 5 Responden berdasarkan penggunaan Digital Payment	77
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	93
Tabel 4. 14 Hasil uji koefisien determinasi atau (R^2).....	94

J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tranksaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2019-2024	2
Gambar 1.2 Total Nilai Tranksaksi Pembayaran Digital	5
Gambar 1.3 Kerangka penelitian.....	24
Gambar 4.1 Hasil uji normalitas probability plot.....	80



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi, teknologi telah menjadi bagian dari Gaya hidup modern karena mempermudah pemenuhan kebutuhan manusia.¹ Salah satunya Sektor keuangan di Indonesia yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi saat ini. Hal ini dikarenakan adanya perubahan sistem transaksi masyarakat yang berawal dari tunai menjadi non-tunai. Perubahan mempengaruhi industri perbankan sebagai penyedia layanan keuangan. Perubahan teknologi informasi yang begitu cepat di semua faktor, telah mengubah tatanan layanan khususnya di sektor perbankan sehingga memunculkan pengalaman baru bagi nasabah di seluruh dunia. Kebijakan perusahaan berubah sesuai dengan perilaku konsumsi masyarakat dan perkembangan zaman. Pergeseran gaya hidup masyarakat yang didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan globalisasi, menuntut perbankan untuk terus berinovasi secara teknologi guna memenuhi kebutuhan nasabah.²

Bank-bank besar merespons perkembangan ini dengan berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan non-bunga (*fee based income*), salah satunya melalui kerja sama dengan platform *e-commerce*. Bank terus mengembangkan

¹ Afifah Hidayati, Taufiq Hidayat, and Rika Pristian, "E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro)," *IKIP PGRI Bojonegoro*, 2020, 1–12.

² Siti Masrohatin et al., "Transformasi Digital Branch Dalam Upaya Peningkatan Layanan Di Era Society 5.0 Pada Bank Mandiri Jember," *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2023), <https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/view/1761%0Ahttps://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/download/1761/1064>.

layanan seperti *mobile banking* dan *internet banking* yang menawarkan kemudahan transaksi tanpa batasan ruang dan waktu.³ Menurut data Bank Indonesia dalam pusat data, pada tahun 2019, nilai transaksi *e-commerce* mencapai Rp 205,5 triliun, dan meningkat menjadi Rp 487,01 triliun pada tahun 2024. Tren positif ini didorong oleh faktor-faktor seperti peningkatan adopsi teknologi, inovasi dalam metode pembayaran *digital*, dan perluasan platform *e-commerce* yang menawarkan berbagai promosi menarik.⁴



Sumber: *Bank Indonesia*

Gambar 1.1 Tranksaksi *E-Commerce* di Indonesia 2019-2024

Menurut Mufarizzaturrizkiyah, masyarakat kini memberikan perhatian besar terhadap gaya hidup, mencakup konsumsi makanan, pakaian, kesehatan, dan aspek lain yang menjadi tren. Gaya hidup ini cenderung bersifat hedonis dan menimbulkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang berdasarkan keinginan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Untuk

³ Vetrycia Setryna Putri et al., “Analisis Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Dalam Tranksaksi E-Commerce,” 2023.

⁴Bank Indonesia, “Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024’ <https://pusatdata.kontan.co.iddiakses> pada 1 mei 2025

mengatasi perilaku konsumtif ini, muncullah tren gaya hidup hemat atau *frugal living* sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang lebih bijak.⁵ Gaya hidup hemat (*frugal living*) merupakan pola hidup yang berfokus pada penghematan dan pengelolaan keuangan yang cermat. Tujuan utama dari *frugal living* bukan semata-mata untuk mengurangi pengeluaran, tetapi juga untuk menciptakan stabilitas keuangan jangka panjang dengan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan.⁶ Dalam pandangan Islam *frugal living* bukanlah sikap pelit, melainkan bentuk bijak dalam menggunakan harta, karena sebagian dari harta yang dimiliki terdapat hak orang lain.⁷

Praktik gaya hidup hemat juga tertuang dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Furqan ayat 67, yaitu:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا
وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.⁸

Ayat tersebut menjelaskan bagaimana sikap dan perilaku hidup hemat, yaitu dengan sikap proposional dalam membelanjakan, membeli dan memakai

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

⁵ Siti falihatul muslihah, “Konsep Frugal Living Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik),” 2023, 1–78.

⁶ Rizki Hartantri, Bakti Setyadi, and Muji Gunarto, “Analysis of the Effect of Frugal Living on Employee Financial Management in Achieving Financial Freedom,” *International Journal of Finance Research (IJFR)* 5, no. 1 (2024).

⁷ Anisa Maisyarah And Nurwahidin Nurwahidin, “Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits),” *Tadarus Tarbawy : Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 4, No. 2 (2022), <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2.7221>.

⁸ Quran, “Al-Furqan ayat 67” <https://Quran.Com/25/67> Diakses Pada 02 Maret 2025

apa yang ia miliki. Artinya orang yang memiliki gaya hidup hemat tidak berlebihan dan tidak pula kikir, akan tetapi ia berada diantara keduanya.⁹

Perbedaan mendasar antara *frugal living* dan sikap pelit terletak pada tujuannya, *frugal living* mengedepankan efisiensi jangka panjang, sedangkan Untuk mendukung penerapan *frugal living*, diperlukan pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan, untuk menghindari masalah keuangan karena seringkali dihadapkan situasi *trade-off*, yang mana harus mengorbankan suatu kepentingan demi kepentingan lainnya.¹⁰ Literasi adalah proses yang membantu orang menjadi lebih berpengetahuan sehingga mereka dapat memecahkan kesulitan.¹¹ Literasi keuangan merupakan sebuah kemampuan dalam pengetahuan dan keterampilan untuk mengatur permasalahan keuangan. Kesadaran tersebut mempunyai dampak secara jangka panjang bisa menjaga keadaan keuangan untuk tetap normal, stabil, aman, damai serta sejahtera.¹² Oleh karena itu, masyarakat harus memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat mengantisipasi pembelian dalam jumlah besar dan yang tidak diperlukan.¹³

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

⁹ Siti Falihatul Muslihah, "Konsep Frugal Living Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik)," 2023, 1-78.

¹⁰ Della Millenia Sari, Ery Teguh Prasetyo, And Dody Kurniawan, "Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)," *Cemerlang : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 4, No. 2 (2024): 87-99, <https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V4i2.2637>.

¹¹ Danik Fitria Lestari Siti Masrohatin, Nurdiana Holiday, Silvina Dwiki Setyawati, "PENDAMPINGAN LITERASI DALAM MEMBANTU PENGAKTIFAN APLIKASI LIVIN' BY MANDIRI PADA PERANGKAT DESA PUGER" 1 (2023): 98-107.

¹² Achmad Choerudin et al., *Literasi Keuangan, Banking Journalist Academy*, 2023.

¹³ Linzzy Pratami Putri Rini Astuti, Hasrudi Tanjung, "The Effect Of Financial Literation On Online Shopping Interest In Millennials," *International Journal Of Accounting & Finance In Asia Pasific (IJAFAP)*, N.D., 41-45.

Selain literasi keuangan, juga terdapat faktor lain yang bisa mempengaruhi perilaku seseorang terhadap perilaku keuangannya yaitu *digital payment* dan sikap keuangan..¹⁴



Gambar 1.2 Total Nilai Transaksi Pembayaran Digital

Survei yang dilakukan Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech), nilai transaksi pembayaran digital di Indonesia Rp 305,4 miliar per tahun lalu. Sebanyak 21% startup teknologi finansial (fintech) berencana menasar pasar di negara lain. Dari total Rp 305,4 miliar, sebanyak Rp 35 triliun di antaranya merupakan transaksi uang elektronik. Nilainya meningkat 58,5% secara tahunan (year on year/yoy).¹⁵

Digital payment digunakan untuk melakukan transaksi non tunai yang lebih praktis. dan efisien yang hanya dapat dilakukan dengan melalui

¹⁴ Alvina Della Puspita, Sarsono Sarsono, and Istiqomah Istiqomah, "Media Sosial, Online Customer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 1 (2023): 55–68, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3374>.

¹⁵ Fahmi Ahmad, "Transaksi Pembayaran Digital di RI Rp 305 T, Fintech Sasar Luar Negeri" <https://katadata.co.id/digital/fintech/624d36cc4e54e/transaksi-pembayaran-digital-di-ri-rp-305-t-fintech-sasar-luar-negeri> diakses pada 13 Mei 2025

smartphone dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.¹⁶ pengguna *digital payment* tidak lagi perlu menghitung uang tunai di dompet dan menunggu kembalian. Pemrosesan pembayaran *digital* lebih efektif karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Layanan ini memudahkan seseorang baik saat belanja maupun melunasi tagihan. Selain hemat dan praktis, pembayaran digital juga memiliki banyak manfaat seperti mendapatkan *voucher* atau diskon ketika melakukan pembayaran digital sehingga seseorang bisa beranggapan lebih hemat¹⁷ pembayaran yang sering digunakan di Indonesia terdiri dari e-wallet dengan komponennya yang terdiri dari Gopay, Shopeepay, OVO, Dana, Linkaja, kemudian QRIS, transfer bank, Paypal, Kartu Kredit¹⁸

Seseorang yang bisa menyikapi keuangannya tidak akan terjerumus untuk membeli sesuatu yang tidak terlalu dibutuhkan, sikap keuangan ini adalah suatu sikap menghadapi keuangan yang dilihat dari caranya berfikir dan mengambil keputusan tentang keuangan. Sikap keuangan yang baik dapat diukur dari kemampuan seseorang menunjukkan pola pikir yang baik tentang uang, mampu mengontrol situasi keuangan yang dimiliki, menyesuaikan penggunaan

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

¹⁶ Liana Mutiara, "Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto," 2023, 163.

¹⁷ Rike Fadilah, "PENGARUH DIGITAL PAYMENT DAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT" 13, no. 1 (2023).

¹⁸ Sudung Simatupang et al., "Pembayaran E-Payment Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce," JIRK: *Journal of Innovation Research and Knowledge* 4, no. 1 (2024): 33–44.

uang terhadap kebutuhan, tidak ingin menghabiskan uang dan memiliki pandangan luas terhadap keuangan.¹⁹

Berdasarkan penelitian terdahulu Liana Mutiara dan Dwi Fitrianto menyatakan bahwa *digital payment*, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, penelitian tersebut hanya mengamati mahasiswa belum ada penelitian yang secara eksplisit mengkaji literasi keuangan, pembayaran *digital*, dan sikap keuangan terkait minat belanja online dalam konteks *Frugal Living* masyarakat.

Dalam Penelitian ini secara khusus dilakukan di Masyarakat Jember kecamatan Mumbulsari, yang mengalami perkembangan dari sisi ekonomi dan teknologi. masyarakat di Mumbulsari telah menunjukkan adaptasi yang cukup baik terhadap transformasi digital, khususnya dalam aktivitas belanja online. berdasarkan observasi awal, masyarakat di Mumbulsari, khususnya kelompok usia produktif 18–25 tahun, sudah mulai aktif melakukan transaksi belanja online, terutama melalui platform media sosial dan *E-commerce* alasan utamanya karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan, harga lebih kompetitif dengan menawarkan diskon, promo bahkan *cashback* yang menarik. Peningkatan tren belanja online juga ditunjang dengan semakin bertambahnya jasa ekspedisi seperti JNT, JNE, Shopee Expres, dan penyedia layanan top up dan Tarik tunai, seperti GoPay, OVO, Dana, dan QRIS. wilayah ini jarang dijadikan fokus penelitian terkait perilaku konsumsi *digital*, sehingga

¹⁹ Ilmia Yunita Sari, Eva Mufidah, And Vita Fibriyani, “Pengaruh Sikap Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan Dalam Pengguna Layanan Shopee Paylater,” *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi* 1, No. 10 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.8734/musyari.v1i10.676>.

diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur akademik sekaligus gambaran yang lebih beragam mengenai perilaku belanja masyarakat di era digital.²⁰

Dalam era *digital*, perilaku konsumen terus berubah. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan, *digital payment* dan sikap keuangan memengaruhi minat belanja online, terutama bagi individu yang mengadopsi gaya hidup *frugal* untuk menghemat uang. melalui studi kasus ini, diharapkan dapat ditemukan informasi yang mendalam dan juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja seseorang. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *digital payment*, Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja online Dalam Konteks *Frugal Living* Di Kabupaten Jember”. Mengaitkan ketiga variabel ini dengan *frugal living* adalah pendekatan yang relatif baru. Penelitian tentang *frugal living* sering kali terpisah dari aspek literasi keuangan, *digital payment* dan sikap keuangan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember?
2. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember?

²⁰ Observasi Pralapanan pada tanggal 15 Februari 2025

3. Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember?
4. Apakah literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan berpengaruh secara simultan terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember
2. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *Frugal living* di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan efek yang berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi, terutama dalam bidang Perbankan.

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat menambah wawasan bagi pembaca tentang pengaruh literasi keuangan *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja online. Bagi peneliti yang masih baru, penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi, Dimana ada kemungkinan topik-topik penelitian ini ada yang selaras dengan topik yang akan diangkat oleh peneliti baru. Sehingga dalam peneliti yang baru, ide gagasannya akan bersifat melengkapi ataupun lanjutan

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat dalam bentuk pemahaman mendalam terkait bagaimana literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan mempengaruhi konsep hidup hemat dan minat belanja individu. Peneliti juga mendapatkan pengalaman langsung dalam melakukan penelitian ilmiah yang relevan dengan isu keuangan dan konsumen di era *digital*

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan, khususnya *E-commerce*, sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang keuangan dan pemasaran *digital*, di lingkungan akademik Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan dosen yang ingin mengembangkan studi lebih lanjut dalam tema serupa.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini memberikan wawasan baru bagi pembaca, terutama dalam memahami pentingnya literasi keuangan dan bagaimana mengadopsi konsep hidup hemat dalam kehidupan sehari-hari.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²¹

²¹ Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2011.,38

Pada penelitian variabel dibedakan menjadi dua macam yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)

2. Variabel Independen (variable bebas)

Variabel independen di sebut juga dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel bebas sebagai berikut:

- a. Literasi keuangan (X_1)
- b. *Digital payment* (X_2)
- c. Sikap keuangan (X_3)

3. Variable dependen (variable terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.²² Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah Minat belanja Online (Y) .

4. Indikator variabel

Indikator variabel adalah rujukan empiris dari variable yang diteliti. Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, wawancara atau dokumentasi.²³

²² Soegiyono. 39

²³ Tim Penyusunan, Pedoman Penulis Karya Ilmiah (Jember, UIN KHAS Jember,2021),40.

Tabel 1. 1
Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Digital payment</i> dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja online dalam Konteks <i>Frugal Living</i> di kabupaten Jember	Literasi Keuangan (X1)	<i>Money and transaction</i> (Uang dan transaksi). <i>Planning and managing</i> (Perencanaan dan pengelolaan keuangan). <i>Risk and reward</i> (Risiko dan keuntungan). <i>Financial landscape</i> . ²⁴
	<i>Digital payment</i> (X2)	<i>Perceived ease of use</i> (kemudahan yang dirasakan) <i>Perceived usefulness</i> (manfaat yang dirasakan) <i>Perceived credibility</i> (kredibilitas yang dirasakan) <i>Sosial influence</i> (pengaruh sosial) <i>Behavior intentions</i> (niat perilaku) ²⁵
	Sikap Keuangan (X3)	Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran Menyisihkan uang kedalam tabungan Menabung setiap bulan untuk masa depan. Melunasi utang setiap bulan. ²⁶
	Minat Belanja Online (Y)	Minat transaksional Minat preferensial Minat referensial Minat eksploratif. ²⁷

²⁴ Farah Ulil Albab, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)," *Skripsi*, 2020.

²⁵ Riska, "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam)," *IAIN Pare Pare*, 2022, 1–23.

²⁶ Andrea Nur Hidayah, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)," 2023, 1–131, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.

²⁷ Solehatin Ika Putri et al., "Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace," *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* 14, no. 1 (2022): 29–40, <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i1.734>.

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

F. Definisi Operasional

Teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen merupakan teori psikologi yang bertujuan untuk memahami bagaimana niat seseorang dapat mempengaruhi perilaku mereka.²⁸ TPB menjelaskan bahwa niat (*intention*) adalah prediktor utama dari perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Niat ini dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu:

Teori perilaku terencana mengendalikan tiga determinan niat yang secara konseptual independen. Diantaranya:

1. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*) Sikap ini mengacu pada penilaian positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku tertentu.
2. Norma subjektif ini persepsi individu terhadap pengaruh sosial yang ada di sekitarnya.
3. Niat adalah tingkat kontrol perilaku (*Perceived behavioral control*) yang dirasakan, Komponen ini merujuk pada sejauh mana seseorang merasa mereka memiliki kontrol atau kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Ini mencakup faktor-faktor eksternal yang bisa mendukung atau menghambat perilaku tersebut.²⁹

Sebagai aturan umum, semakin baik sikap dan norma subjektif sehubungan dengan suatu perilaku, dan semakin besar kontrol perilaku yang

²⁸ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

²⁹ Ajzen.

dirasakan, maka semakin kuat pula niat mereka untuk melakukan perilaku tersebut.

1. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pemahaman tentang konsep-konsep keuangan dasar, termasuk pengelolaan anggaran, tabungan, investasi, utang, dan perlindungan aset. Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas, memahami risiko dan imbal hasil, serta membangun fondasi keuangan yang kuat.³⁰

Menurut OJK, Literasi keuangan adalah pengetahuan keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat.³¹

Memiliki literasi keuangan yang baik sangat penting untuk mencapai merdeka *finansial* sebelum masa pensiun. Dengan literasi keuangan, diharapkan seseorang dapat menerapkan perilaku hidup hemat dan menabung untuk masa depan. literasi keuangan adalah kunci untuk menjadi konsumen yang cerdas jika seseorang dapat membaca situasi ekonomi dan lingkungannya. Kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan dan manajemen keuangan menjadi satu di antara faktor yang

³⁰ Ummu Salamah, Ati Sadiyah, and Lis Aisyah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology Dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Gaya Hidup," *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 1 (2023): 104–16.

³¹ OJK, "Edukasi Keuangan" <https://www.ojk.go.id> Diakses Pada 15 Februari 2025

menyebabkan sikap konsumtif di mana sifat tersebut berlawanan dengan sikap hemat.³²

Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan tidak hanya terkait dengan melakukan pengeluaran, namun mulai dari penyusunan prioritas, *budgeting*, *saving*, investasi, hingga pengelolaan utang. Individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan pengelolaan kekayaan yang lebih baik, hal ini akan mempersiapkan individu untuk mampu menavigasikan keuangan pribadi untuk mencapai kemandirian finansial.³³ Literasi keuangan ditandai oleh pengetahuan dasar yang baik tentang manajemen keuangan, manajemen kredit yang baik, manajemen tabungan dan investasi yang baik, dan manajemen risiko yang baik.³⁴

Program Internasional *for Student Assesment PISA*, mendefinisikan literasi keuangan yaitu ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep keuangan dan risiko, keahlian, motivasi dan kepercayaan diri untuk membuat keputusan atas berbagai aspek keuangan, yaitu untuk memperbaiki kesejahteraan keuangan individu atau kelompok dan untuk ikut andil dalam kegiatan ekonomi.³⁵

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan indikator yang dikemukakan oleh PISA yaitu:

³² Dea Camelia and Mintasih Indriayu, "Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga Terhadap Perilaku Hidup Hemat (Frugal Living) Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening" 07, no. 01 (2024): 6338–51.

³³ Jurnal Akuntansi et al., "Available at [Http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jap](http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jap)" 25, no. 02 (2025): 1–9.

³⁴ Nadia Azalia Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja UMKM Kerajinan Tangan Di Kabupaten Jember," *Opinia De Journal 2*, no. 1 (2022): 1–13.

³⁵ "PISA 2012 Results in Focus," 2012.

a. *Money and transaction* (Uang dan transaksi).

Aspek ini membahas tentang keuangan pribadi terkait dengan pembayaran atau pengeluaran sehari-hari seperti pemahaman dalam menangani dan memantau transaksi, misalnya dapat menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit dan metode pembayaran lainnya.

b. *Planning and managing* (Perencanaan dan pengelolaan keuangan).

Aspek ini mencakup tentang pendapatan dan kekayaan yang membutuhkan perencanaan dan pengelolaan yang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Hal tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan finansial seperti menilai dampak dari berbagai rencana belanja.

c. *Risk and reward* (Risiko dan keuntungan).

Aspek ini membahas tentang kemampuan dalam mengelola dan menyeimbangkan risiko seperti mampu menilai apakah tabungan dapat bermanfaat serta pemahaman tentang keuntungan atau kerugian finansial.

d. *Financial landscape*

Aspek ini membahas tentang pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan penjual. Aspek ini menggabungkan pemahaman tentang konsekuensi perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik.³⁶

³⁶ Albab, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)."

2. *Digital Payment*

Digital Payment adalah proses mentransfer uang atau dana secara elektronik antara dua pihak, seperti bank, bisnis, pemerintah dan konsumen individu guna menerima barang atau jasa. Pembayaran berbasis non-tunai, seperti yang dilakukan menggunakan kartu debit, kartu kredit, Qris, dan e-wallet semuanya dikategorikan sebagai transaksi *Digital Payment*. Dengan memanfaatkan *Digital Payment*, pelanggan dapat menikmati peningkatan kenyamanan, keamanan, dan kecepatan saat melakukan pembayaran untuk pembelian.³⁷

Indikator *digital payment* menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati dalam jurnal Zahratud Diniyah dkk yaitu:³⁸

a. *Perceived Ease of Use* (Pesepsi kemudahan penggunaan)

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut menunjukkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru bekerja lebih mudah daripada mereka yang menggunakan sistem lama.

³⁷ Dkk Marlina Leni, "Sistem Pembayaran Elektronik," *Widina Bhakti Persada Bandung*, no. July (2020): 30.

³⁸ Zahratud Diniyah, Elyanti Rosmanidar, and Beid Fitrianova Andriani, "Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 409–26, <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v8i2.2003>.

b. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya). Semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin besar pula keinginannya seseorang untuk melakukan perbelanjaan melalui digital payment.³⁹

c. *Perceived Credibility* (Persepsi kepercayaan)

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran digital. Semakin tinggi kehandalan teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

d. *Social Influence* (Pengaruh sosial)

Pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan digital payment.⁴⁰

e. *Behavior Intentions* (Intensitas penggunaan)

Intensitas penggunaan *digital payment* karena faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment*. mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *digital payment*

³⁹ Mutiara, “Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.”

⁴⁰ Riska, “Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam).”

guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.⁴¹

Di era digital, pembayaran non-tunai seperti dompet digital, QRIS, dan kartu kredit digital menjadi alat penting dalam mendukung gaya hidup hemat. diantaranya mempermudah pencatatan keuangan secara otomatis,⁴² Banyak platform pembayaran digital menawarkan promo, diskon, atau cashback. Kartu Kredit juga memiliki program *loyalty* dan *rewards* berupa poin yang bisa ditukar dengan *e-voucher* dan *cashback*.⁴³

3. Sikap keuangan

Sikap keuangan adalah keadaan pemikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap keuangan yang dimilikinya kemudian diterapkan kedalam sikapnya sehingga dapat mempertahankan nilai tersebut dengan pengambilan keputusan dan pengelolaan yang tepat.⁴⁴ Dalam hal ini seseorang yang menerapkan gaya hidup *frugal living* contohnya memprioritaskan pengeluaran sesuai kebutuhan, hemat dalam pengeluaran dan selalu mementingkan investasi dan menabung untuk masa depan.

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

⁴¹ Mutiara, "Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto."

⁴² Kompas.com dengan judul "Ingin Menjalani Frugal Living Sambil Nikmati Gaya Hidup? Ini Caranya", <https://money.kompas.com>

⁴³ Digilib bank, "Frugal Living: Tips Tetap Hemat Saat Pakai Kartu Kredit" <https://www.dbs.id/digibank/id/id/articles/> diakses pada tanggal 21 april 2024

⁴⁴ Joshua Nathan Austin and Nuryasman MN, "Perilaku, Sikap Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2021): 61, <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11288>.

Beberapa indikator dari sikap keuangan (*financial attitude*) adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran.

Seorang individu dapat dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika ia mampu mengelola pendapatan dan pengeluarannya dengan baik. Dengan melakukan ini, mereka dapat menghindari pengeluaran berlebihan sehingga pengeluaran tidak melebihi pendapatan.

- b. Menyisihkan uang ke dalam tabungan.

Jika seseorang melacak pendapatan dan pengeluaran mereka, mereka mungkin akan menghindari pengeluaran berlebihan dan juga mampu menyimpan uang di tabungan.

- c. Menabung setiap bulan untuk masa depan.

Seseorang dengan sikap keuangan yang baik akan mempersiapkan keuangan mereka dengan baik, termasuk menyisihkan sebagian dari pendapatan bulanan mereka untuk kebutuhan masa depan atau kejadian tak terduga.

- d. Melunasi utang setiap bulan.

Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang sikap keuangan, seseorang dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga mereka dapat melunasi utang atau tagihan mereka tepat waktu.⁴⁵

4. Minat belanja Online

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat beli terdiri dari kata minat dan beli, kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Sedangkan, kata beli adalah memperoleh sesuatu dengan penukaran atau pembayaran dengan uang.⁴⁶ minat berbelanja adalah sesuatu yang dirasakan konsumen yang akhirnya mendorong untuk membeli sebuah produk atau merek⁴⁷

Beberapa indikator minat Beli di *E-commerce* yaitu:

- a. Minat transaksional, perilaku konsumen untuk melakukan transaksi terhadap produk yang diminati.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

⁴⁵ Andrea Nur Hidayah, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik* 2, no. 2 (2024): 36–43.

⁴⁶ Afrida Putri et al., "Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra)," *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik* 2, no. 2 (2024): 36–43.

⁴⁷ Della Millenia Sari, Ery Teguh Prasetyo, and Dody Kurniawan, "Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)," *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 4, no. 2 (2024): 87–99, <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2637>.

- b. Minat referensial, perilaku konsumen untuk melakukan referensi barang atau jasa yang sudah dibeli agar konsumen lain tertarik untuk membeli barang atau jasa yang sama.
- c. Minat preferensial, kecenderungan konsumen untuk menjadikan produk yang berupa barang atau jasa yang telah dibeli atau dikonsumsi sebagai prioritas utama dalam pembelian selanjutnya. Produk tersebut hanya akan diganti oleh produk lainnya apabila terjadi sesuatu terhadap produk tersebut.
- d. Minat eksploratif, perilaku konsumen yang selalu ingin mencari lebih dalam terkait informasi produk yang diminati melalui berbagai sumber yang mendukung nilai-nilai positif dari produk tersebut.⁴⁸

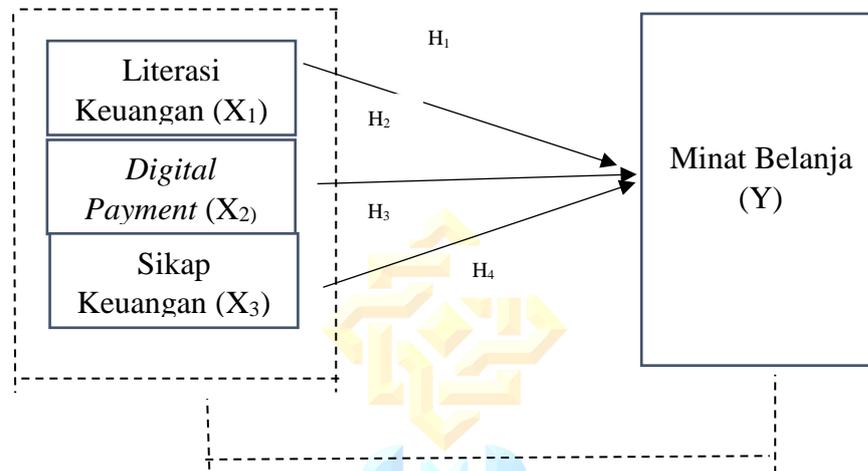
G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar yang harus dirumuskan secara jelas oleh peneliti sebelum mengumpulkan data. Asumsi penelitian berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti selain itu juga berfungsi untuk mempertegas variabel yang akan diteliti dan merumuskan hipotesis.⁴⁹

Pada penelitian ini berasumsi bahwa literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan mempengaruhi minat seseorang untuk berbelanja di *E-commerce*. Untuk memudahkan penelitian dan pembaca terhadap alur pemikiran, maka peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:

⁴⁸ Rena Puspitasari, "Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce Pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung," *International Journal Administration Business and Organization* 4, no. 2 (2023): 1–9, <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>.

⁴⁹ Tim Penyusunan, *Pedoman Karya Ilmiah*, (Jember, UIN KHAS Jember, 2021), 41.



Gambar 1.3 Kerangka penelitian

Parsial : —————→

Simultan : - - - - -

Keterangan:

X₁ Literasi keuangan : 1, 2, 3, 4, 5, 9, 10

X₂ Digital Payment : 3, 4, 5, 6, 7

X₃ Sikap keuangan : 2, 8, 9

Y Minat belanja Online: 1, 2, 6

Nur Afrida, Muhammad, dan Dias (2024)

Della, ery dan dody (2024)

Dede puspa, cecep dkk (2024)

Rosa dan ivonne dkk (2024)

Ma'rifa, vitayanti dkk (2024)

Alvina, sarsono dkk (2024)

Nita mardiana (2024)

Firlianti, Junawan Jasman, dkk (2023)

Andrea Nur Hidayah (2023)

Farah Ulil Albab (2020)

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁵⁰

Berdasarkan kerangka berpikir di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh literasi keuangan dengan minat belanja Online

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Silfiah, dkk dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan *E-Comerce* dan Promosi Penjualan Online terhadap Perilaku Belanja Online” Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan literasi keuangan terhadap perilaku belanja online.⁵¹ Artinya apabila literasi keuangan rendah maka akan meningkatkan perilaku belanja online.

⁵⁰ Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2011. Hal 64

⁵¹ Silfiah Nur Wahyuningtyas and . Susanti, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Perilaku Belanja Online,” *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 5, no. 1 (2021): 47–60, <https://doi.org/10.26740/jpeka.v5n1.p47-60>.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat beli online yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin rendah pula minat belanja daring.

Bedasarkan uraian tersebut , maka Hipotesis sebagai berikut:

Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember

Ha₁: Terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara literasi keuangan terhadap minat beli online.

2. Pengaruh *digital payment* dengan minat belanja

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Alvina, sarsono dkk dengan judul “Media Sosial, *Online Costumer Review* dan *Digital Payment* terhadap Minat Beli Pengguna *Marketplace* Tiktok di Surakarta.”⁵² Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

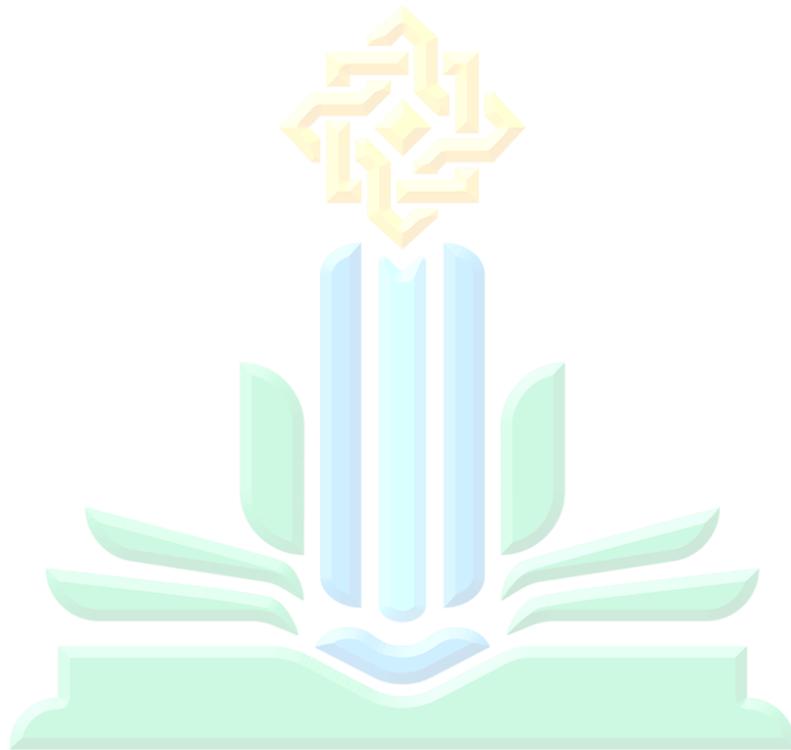
Hal ini membuktikan bahwa bahwa pembayaran digital (*digital payment*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mengandung makna bahwa semakin mudah, cepat, dan nyaman metode pembayaran digital digunakan, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk melakukan pembelian, khususnya dalam belanja online.

Bedasarkan uraian tersebut , maka Hipotesis sebagai berikut:

⁵² Puspita, Sarsono, and Istiqomah, “Media Sosial, Online Costumer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta.”

Ho: tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel *digital payment* terhadap minat belanja online di kabupaten Jember

Ha2 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel *digital payment* terhadap minat belanja online di kabupaten Jember..



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

3. Pengaruh sikap keuangan dengan minat belanja

Dalam skripsi yang dilakukan oleh Andrea Nur Hidayah dengan judul “pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online melalui *locus of control* sebagai variabel mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Sikap Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang secara positif dan signifikan.⁵³

Hal ini membuktikan bahwa Semakin positif sikap seseorang terhadap keuangan, semakin besar dukungan yang diberikannya kepada kemampuan pengendalian diri seseorang dalam membuat keputusan atau tindakan yang akan diambil. mahasiswa dengan sikap keuangan yang kurang bijak cenderung lebih impulsif dan konsumtif saat belanja online, membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan, hanya karena tergiur promo atau tren. Sebaliknya, mahasiswa dengan sikap keuangan yang baik akan lebih mampu menahan diri dan hanya membeli sesuai kebutuhan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka Hipotesis sebagai berikut:

Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online di Kabupaten Jember

Ha₃ : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember

⁵³ Andrea Nur Hidayah, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang).”

4. Pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan dengan minat belanja online di kabupaten Jember

Adapun hipotesis dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Ho: tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan dengan minat belanja online di Jember

Ha4 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember.

I. Sistematika penelitian

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

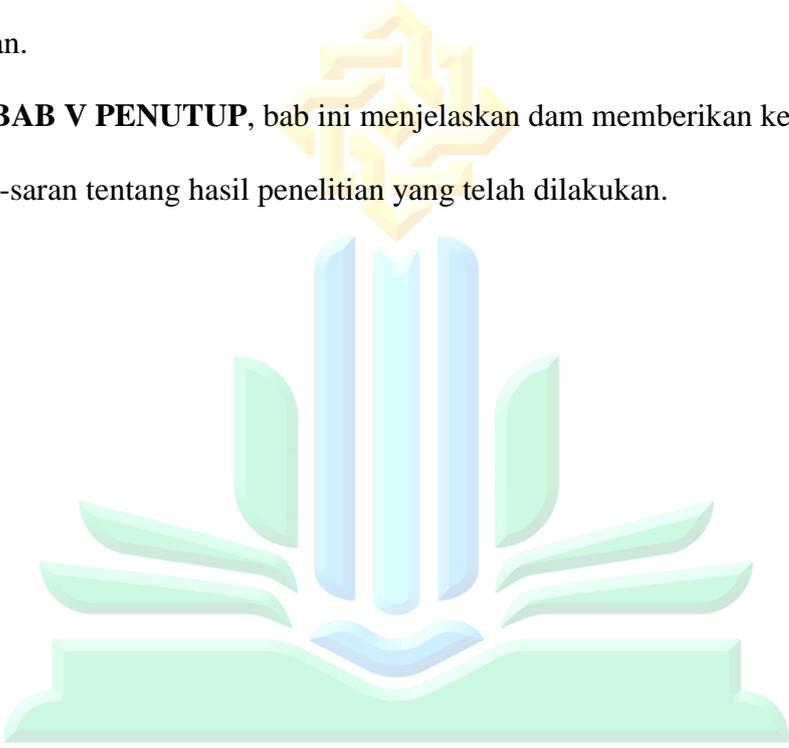
BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, berisi penelitian terdahulu dan kajian teori yang berhubungan dengan pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kabupaten Jember.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik, instrument pengumpulan data dan analisi data yang digunakan peneliti.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISI, berisi gambaran objek penelitian dan hasil analisis data tentang pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kabupaten Jember, dan yang terakhir peneliti akan memberi kesimpulan dan pembahasan untuk menjelaskan hasil analisis yang sudah dilakukan.

BAB V PENUTUP, bab ini menjelaskan dan memberikan kesimpulan dan sara-saran tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.



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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal yang ditulis oleh Nur Afrida, Muhammad, dan Dias (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, teknologi keuangan (*financial technology*) dan risiko terhadap minat belanja di *E-commerce*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasinya mahasiswa fakultas ekonomi universitas samudra dengan mengambil sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 283 responden. Hasil dari penelitian ini adalah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di *E-commerce*, *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di *E-commerce*, risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pembelian online. pengaruh literasi keuangan, teknologi keuangan (*financial technology*) dan risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat belanja di *E-commerce*.⁵⁴

2. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Della, dkk (2024) Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Literasi Keuangan, Finansial Teknologi, dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja di *E-Commerce*. Metode Penelitian Kuantitatif dan untuk Sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan

⁵⁴ Putri, N. A. P., Fuad, M., & Setianingsih, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Samudra). *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 2(2), 36-43.

metode purposive sampling. dengan sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja *E-commerce* shopee, *finansial teknologi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di *E-commerce* shopee dan sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di *E-commerce* shopee)⁵⁵.

3. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Dede puspa, cecep dkk (2024) Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Mahasiswa Universitas Tangerang Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik slovin dengan taraf kesalahan 10%. diperoleh sampel sebanyak 120 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif dan *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) dari penelitian ini adalah gaya hidup tidak dapat memperkuat literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat disimpulkan gaya hidup mahasiswa yang tinggi atau rendah tidak dapat

⁵⁵ Sari, Prasetyo, And Kurniawan, "Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)."

mempengaruhi literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.⁵⁶

4. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Rosa dan ivonne dkk (2024) Penelitian dilakukan dengan maksud melihat menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, dan *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Teknik yang dipakai untuk menentukan sampel penelitian dengan teknik *purposive sampling*. Responden dari penelitian ini sebanyak 97 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, secara parsial Penggunaan *Digital Payment* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, secara parsial *Self Control* berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, dan secara simultan Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, dan *Self Control* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.⁵⁷
5. Jurnal yang ditulis oleh Ma'rifa, vitayanti dkk (2024) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *financial self efficacy*, dan *fintech payment* terhadap perilaku manajemen keuangan

⁵⁶ Dede Puspa Pujia et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya" 5, no. 2 (2024): 661–77.

⁵⁷ Rosa Elita Simarmata, Ivonne Stanley Saerang, and Lawren Julio Rumokoy, "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di FEB Univ Sam Ratulangi," *Jurnal EMBA* 12, no. 1 (2024): 462–75.

mahasiswa PSDKU Untad Morowali. Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa PSDKU Untad morowali. Sampel yang diambil adalah 128 responden dengan teknik *non probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial yaitu variabel *financial*, *financial self efficacy* dan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa PSDKU Untad Morowali. Hasil uji F secara simultan *Financial literacy*, *Financial self efficacy*, dan *Fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa PSDKU Untad Morowal.⁵⁸

6. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Alvina, sarsono dkk (2024) Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh media sosial, review pelanggan online dan pembayaran digital terhadap minat beli pengguna marketplace Tiktok di Surakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk Kota Surakarta yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Tiktok dan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian nya menunjuka bahwa media sosial, review pelanggan online dan pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan

⁵⁸ Pengaruh Financial Literacy, Financial Self Efficacy, and Manajemen Keuangan, “Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan PENGARUH FINANCIAL LITERACY , FINANCIAL SELF EFFICACY , DAN FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan” 5, no. 4 (2024): 165–75.

terhadap minat beli. Minat beli dapat dijelaskan oleh variabel media sosial, review pelanggan online dan pembayaran digital sebesar 63,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.⁵⁹

7. Jurnal yang ditulis oleh Rita Mardiana (2024) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas *Digital Payment* terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus mahasiswa STIM Budi Bakti menggunakan *E-Commerce* ShopeePay). Jenis penelitian ini kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui angket dan penelitian ini menggunakan sampel Purposive yang berjumlah 80 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara aplikasi Belanja Online dan Fasilitas *Digital Payment* terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Man
8. Jurnal Penelitian yang ditulis oleh Firlianti, Junawan Jasman, dkk (2023) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial technology*, sikap keuangan dan pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental* sampling dengan jumlah responden 160. Data dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi linear berganda yang menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini adalah *financial technology* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial, sikap keuangan berpengaruh positif

⁵⁹ Puspita, Sarsono, and Istiqomah, "Media Sosial, Online Customer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta."

dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial, pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial.⁶⁰

9. Skripsi yang ditulis oleh Andrea Nur Hidayah (2023) Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif, peran *locus of control* dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta peran *locus of control* dalam memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2020 dan 2021 yang berjumlah 1039 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *proportional random sampling*, sehingga diperoleh sampel berjumlah 91 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, *locus of control* memediasi pengaruh literasi

⁶⁰ Jumawan Jasman, "Knowledge On The Financial Behavior Of The Millenial Generation Pengaruh Financial Technology (Fintech), Sikap Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Gengerasi Milenial" 4, No. 2 (2023): 1882–91.

keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan *locus of control* memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif⁶¹.

10. Skripsi yang ditulis oleh Farah Ulil Albab (2020) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online dengan menggunakan variabel gaya hidup sebagai variabel intervening. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2017 sebanyak 261 mahasiswa. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sebanyak 147 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proportional random* sampling yaitu teknik pengambilan sampel acak dengan cara undian dari proporsi tiap program studi. Metode pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online. Kemudian literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup.

⁶¹ Andrea Nur Hidayah, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)."

Ditemukan pula bahwa gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online.⁶²

Tabel 2. 1Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Afrida, Muhammad, dan Dias (2024) dengan judul “ pengaruh literasi keuangan, teknologi keuangan (<i>financial tekhnologi</i>) dan risiko terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> (studi kasus: pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas samudra).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> , <i>financial tekhnologi</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> , risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> .	menggunakan variabel x yaitu literasi keuangan menggunakan variabel Y yaitu minat belanja	tidak ada variabel <i>financial technology</i> , dan risiko
2.	Della, ery dan dody (2024) dengan judul “pengaruh literasi keuangan, <i>finansial technology</i> dan sikap keuangan terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara Jakarta raya pengguna aplikasi shopee)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja <i>E-commerce</i> shopee, <i>finansial technology</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja di <i>E-commerce</i> shopee dan sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat	menggunakan variabel literasi keuangan, dan sikap keuangan menggunakan variabel Y yaitu minat belanja <i>E-commerce</i>	tidak ada variabel <i>financial technology</i>

⁶² Albab, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017).”

		belanja di <i>E-commerce</i> shopee.		
3.	Dede Puspa Pujia, Cecep Edi Hidayat dkk (2024) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan <i>Digital Payment</i> terhadap Prilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya”	Hasil penelitian ini secara parsial dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap prilaku konsumtif dan <i>digital payment</i> berpengaruh signifikan terhadap prilaku konsumtif,	menggunakan variabel literasi keuangan dan <i>digital payment</i> .	variabel Y berbeda yaitu perilaku konsumtif mahasiswa
4.	Rosa, ivonne dkk (2024) dengan judul “pengaruh literasi keuangan, penggunaan <i>digital payment</i> , dan <i>self control</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan dan <i>Self Control</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, secara parsial Penggunaan <i>Digital Payment</i> berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, secara simultan Literasi Keuangan, Penggunaan <i>Digital Payment</i> , dan <i>Self Control</i> berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.	menggunakan variabel literasi keuangan dan <i>Digital payment</i>	tidak ada variabel self control dan variabel Y berbeda yaitu perilaku konsumtif mahasiswa
5.	Ma'rifa, vitayanti dkk (2024) dengan judul Pengaruh <i>Financial</i>	Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh signifikan	Menggunakan variabel	

	<i>Literacy, Financial Self Efficacy dan Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa PSDKU Untad Morowali</i>	secara parsial yaitu variabel <i>financial, financial self efficacy dan fintech payment</i> berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa PSDKU Untad Morowali. Hasil uji F secara simultan <i>Financial literacy, Financial self efficacy, dan Fintech payment</i> berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa PSDKU Untad Morowali	<i>financial literacy</i> (literasi keuangan) dan <i>fitech payment (digital payment)</i>	Tidak ada Variabel <i>financial self efficacy</i> Variabel Y berbeda yaitu perilaku manajemen keuangan
6.	Alvina, sarsono dkk dengan judul “Media Sosial, <i>Online Costumer Review dan Digital Payment</i> terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok di Surakarta (2024)	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial, review pelanggan online dan pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Minat beli dapat dijelaskan oleh variabel media sosial, review pelanggan online dan pembayaran digital sebesar 63,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.	menggunakan variabel <i>Digital Payment</i> dan Minat beli	tidak ada variabel media sosial dan online <i>costumer review</i>
	Rita Marduanan (2024) dengan judul “penggunaan aplikasi belanja online dan fasilitas <i>digital payment</i> terhadap keputusan pembelian (studi kasus mahasiswa stim budi bakti dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara aplikasi Belanja Online (X1) dan Fasilitas <i>Digital Payment</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).	Terdapat variabel yang sama yaitu <i>Digital Payment</i>	Tidak ada variabel aplikasi belanja variabel Y berbeda yaitu keputusan

	aplikasi online <i>e-commerce</i> shopeepay)”			pembelian.
7.	firlianti, junawan jasman, asriyani (2023) dengan judul “ pengaruh <i>financial technology (fintech)</i> , sikap keuangan dan pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan generasi milenial.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial technology</i> tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial, sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial, pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial.	Menggunakan variabel sikap keuangan	tidak ada variabel <i>financial technology</i> dan pengetahuan keuangan. menggunakan variabel yang berbeda yaitu perilaku keuangan generasi milenial.
8.	Andrea Nur Hidayah (2023) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui <i>Locus Of Control</i> Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, <i>locus of control</i> memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan <i>locus of control</i> memediasi pengaruh	Variabel yang sama yaitu literasi keuangan dan sikap keuangan	Variabel Y berbeda yaitu perilaku konsumtif belanja online

		sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif		
9.	Farah Ulil Albab (2020) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online. Kemudian literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup. Ditemukan pula bahwa gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online.	Menggunakan variabel literasi keuangan	Tidak ada Variabel kontrol diri Variabel Y berbeda yaitu perilaku konsumtif belanja online

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Dari beberapa penelitian terdahulu, perbedaan utama penelitian ini terletak pada konteks *frugal living* yang melatarbelakangi pembahasan literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja online. Konteks *frugal living* ini merupakan pembaruan dan keunikan dalam penelitian saya, sehingga membuatnya lebih spesifik dan relevan untuk kondisi masyarakat di Kecamatan Mumbulsari.

B. Kajian Teori

Theory of Planned Behavior (TPB) yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen (1991) merupakan teori psikologi yang bertujuan untuk memahami bagaimana

niat seseorang dapat mempengaruhi perilaku mereka. TPB menjelaskan bahwa niat (*intention*) adalah prediktor utama dari perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Niat ini dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*)

Sikap ini mengacu pada penilaian positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku tertentu. Artinya, jika seseorang memiliki sikap yang positif terhadap suatu perilaku, maka kemungkinan besar mereka akan berniat untuk melakukannya. Sikap ini dibentuk berdasarkan keyakinan individu mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut, serta bagaimana mereka menilai konsekuensi tersebut (apakah bermanfaat atau tidak).

2. Norma subjektif (*Subjective norm*)

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap pengaruh sosial yang ada di sekitarnya, misalnya teman, keluarga, atau kelompok sosial lainnya. Ini mencakup sejauh mana seseorang merasa didorong oleh orang-orang di sekitar mereka untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Apabila individu merasa ada tekanan sosial yang kuat untuk melakukan suatu tindakan, maka mereka cenderung lebih berniat untuk melakukannya.

3. Kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*)

Komponen ini merujuk pada sejauh mana seseorang merasa mereka memiliki kontrol atau kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Ini mencakup faktor-faktor eksternal yang bisa mendukung atau menghambat

perilaku tersebut. Misalnya, jika seseorang merasa bahwa mereka memiliki keterampilan dan sumber daya yang cukup untuk melakukan perilaku tertentu, maka mereka akan memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukannya. Kontrol perilaku yang dirasakan juga mencakup persepsi individu tentang adanya hambatan yang bisa menghalangi pelaksanaan perilaku tersebut.

Niat untuk melakukan suatu perilaku akan terbentuk dari interaksi ketiga komponen ini. Semakin positif sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, semakin besar pengaruh norma sosial yang mendorongnya, dan semakin besar kontrol yang mereka rasakan terhadap kemampuan untuk melakukannya, maka semakin kuat pula niat mereka untuk melakukan perilaku tersebut.

Ajzen juga mengemukakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan dapat memediasi hubungan antara niat dan perilaku aktual. Artinya, meskipun seseorang memiliki niat yang kuat untuk melakukan suatu perilaku, jika mereka merasa tidak memiliki kontrol atau kemampuan untuk melakukannya, maka mereka mungkin tidak akan melaksanakannya.

Dengan menggabungkan teori perilaku konsumen dengan literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan, kita dapat mengetahui bagaimana seseorang yang menerapkan *frugal living* berminat untuk melakukan belanja online. Ketiga variabel ini menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen yang rasional dan terencana.

Pendekatan ini juga selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, yang menyatakan bahwa niat atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga hal utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (kendali perilaku yang dirasakan). Dalam konteks ini, literasi keuangan mencerminkan kontrol dan pengetahuan seseorang dalam mengatur keuangannya, *digital payment* sebagai alat bantu yang memengaruhi kemudahan dan efisiensi perilaku konsumsi, dan sikap keuangan mencerminkan evaluasi individu terhadap keputusan keuangannya.

1. Literasi keuangan

Literasi merupakan suatu istilah yang mempunyai arti berupa suatu kemampuan dalam berbahasa yang dimiliki oleh setiap individu manusia untuk melakukan komunikasi yang meliputi membaca, berbicara, menyimak serta kemampuan dalam menulis dengan pola yang berbeda-beda sesuai dengan suatu tujuan yang hendak dicapainya. Kata keuangan adalah suatu cara mempelajari bagaimana mengetahui proses dalam berbisnis secara individu atau kelompok dengan cara meningkatkan kemampuan dalam organisasi, mengalokasikan, menggunakan dan mengoptimalkan kemampuan sumber daya moneter seiring dengan waktu yang digunakan, serta mampu menghitung risiko dalam mengendalikan dan mengoperasikan seluruh kegiatan bisnisnya.⁶³

⁶³ Choerudin Et Al., *Literasi Keuangan*.

Menurut OJK Literasi keuangan adalah pengetahuan keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat⁶⁴.

Literasi keuangan merupakan kemampuan memahami bagaimana uang bekerja, bagaimana seseorang berhasil untuk mendapatkannya, bagaimana orang dapat mengelolanya, dan bagaimana seseorang dapat menginvestasikannya.⁶⁵ Kemampuan literasi keuangan individu yang rendah akan membuat individu tersebut cenderung melakukan kesalahan dalam berkonsumsi karena tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan⁶⁶.

Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat timbul akibat pengelolaan yang buruk. Memiliki literasi keuangan adalah hal paling penting untuk mencapai kehidupan yang sejahtera. Dengan manajemen keuangan yang tepat didukung oleh literasi keuangan yang baik, diharapkan standar hidup masyarakat akan meningkat, karena tidak peduli seberapa tinggi tingkat pendapatan seseorang tetapi tanpa manajemen keuangan yang baik, keamanan keuangan akan sulit dicapai. Kebutuhan akan pendidikan masyarakat tentang produk keuangan bank dan non-bank sangat mendesak

⁶⁴ Ojk, <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx> Diakses Pada Tanggal 5 Desember 2024

⁶⁵ Dilasari, "Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus Of Control," *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi* 01, No. 04 (2020): 74–87.

⁶⁶ Perdana Oskar Et Al., "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform Tiktok."

agar masyarakat tidak mudah tertipu oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Pentingnya literasi keuangan dalam semua aspek keuangan pribadi tidak hanya karena kesulitan dalam menggunakan uang yang dimiliki, tetapi individu diharapkan dapat menikmati hidup mereka dengan menggunakan sumber daya keuangan yang mereka miliki dengan tepat.⁶⁷ Literasi keuangan ditandai oleh pengetahuan dasar yang baik tentang manajemen keuangan, manajemen kredit yang baik, manajemen tabungan dan investasi yang baik, dan manajemen risiko yang baik.⁶⁸

Memiliki literasi keuangan yang baik sangat penting untuk mencapai merdeka finansial sebelum masa pensiun. Dengan literasi keuangan, diharapkan seseorang dapat menerapkan perilaku hidup hemat (*frugal living*) dan menabung untuk masa depan. literasi keuangan adalah kunci untuk menjadi konsumen yang cerdas jika seseorang dapat membaca situasi ekonomi dan lingkungannya. Kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan dan manajemen keuangan menjadi satu di antara faktor yang menyebabkan sikap konsumtif di mana sifat tersebut berlawanan dengan sikap hemat.⁶⁹

Literasi keuangan berkaitan dengan keterampilan tentang pengelolaan keuangan yang pada akhirnya akan mencapai dan memperoleh

⁶⁷ Muhammad Ichsan Gaffar Hendra Halim, Mashud, Ika Prayanthi Et Al., *Literasi Keuangan*, Vol. 4, 2016.

⁶⁸ Nadia Azalia Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja UMKM Kerajinan Tangan Di Kabupaten Jember," *Opinia De Journal* 2, No. 1 (2022): 1–13.

⁶⁹ Camelia And Indriayu, "Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga Terhadap Perilaku Hidup Hemat (Frugal Living) Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening."

kesejahteraan. Pengelolaan keuangan akan membentuk diri seseorang untuk mengelola keuangan agar dapat mempersiapkan diri menghadapi hal-hal yang tidak terduga dimasa yang akan datang. salah satunya dengan cara menabung untuk mengontrol keuangan seseorang. konsep hidup hemat yang dikenalkan sejak dini akan membentuk jiwa lebih berhati-hati dalam menggunakan dan memahami pentingnya uang dan disiplin menggunakan uangnya sesuai kebutuhan.⁷⁰ Literasi keuangan akan membantu individu mengembangkan keterampilan manajemen keuangan pribadi yang baik, termasuk perencanaan anggaran, tabungan, dan pengelolaan utang.⁷¹

Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan tidak hanya terkait dengan melakukan pengeluaran, namun mulai dari penyusunan prioritas, *budgeting*, *saving*, investasi, hingga pengelolaan utang. Individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan pengelolaan kekayaan yang lebih baik, hal ini akan mempersiapkan individu untuk mampu menavigasikan keuangan pribadi untuk mencapai kemandirian finansial.⁷² Seseorang yang mampu menerapkan pola hidup hemat (*frugal living*) akan sehat secara *finansial* dalam mengelola keuangannya, bisa melakukan analisis yang tepat dan menetapkan tujuan keuangan yang jelas dan dampak seseorang tidak dapat mencapai kesehatan *finansial* seperti

⁷⁰ Siti Falihatul Muslihah, "Konsep Frugal Living Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik)," 2023, 1–78.

⁷¹ Fauzan, Nurul Setianingrum, Fatimatu Zahro, *Administrasi Lembaga Keuangan Bank Dan Non-Bank* (Yogyakarta, 2024).

⁷² Akuntansi Et Al., "Available At [Http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap](http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap)."

pengeluaran yang melebihi pendapatan, kurangnya tabungan dana darurat, terlilit utang dalam jumlah besar.⁷³

Manfaat dari literasi keuangan sangat penting untuk keberlangsungan keuangan di masa depan. Beberapa manfaat tersebut antara lain:

- a. Mampu mengelola keuangan dengan baik dengan literasi keuangan yang baik akan lebih mudah mengelola keuangan secara efektif. Ini termasuk mengelola arus kas bulanan, membentuk dana darurat, asuransi, dan berinvestasi. Dengan pemahaman yang baik tentang literasi keuangan akan lebih mudah memilih strategi dan membuat keputusan yang tepat tentang keuangan, yang pada akhirnya akan berdampak pada kekayaan finansial.
- b. Menggunakan Keuangan dengan Bijaksana dan Menjadi Makmur Dengan memiliki keterampilan yang cukup dalam mengelola keuangan, seperti dalam produk dan layanan keuangan, standar hidup dapat meningkat secara signifikan karena mampu mengelola mereka dengan baik.
- c. Menghindari Penipuan Dengan pengetahuan literasi yang memadai, kemungkinan terjatuh dalam penipuan akan lebih kecil.
- d. Distribusi Kekayaan, Keberadaan literasi keuangan dapat berdampak positif pada masyarakat umum. Hal ini karena orang kaya cenderung

⁷³ Micrets Silaya, "Financial Health : Suatu Kajian Pustaka," *Silaya: Financial Health* Vol. 14, No. 1 (2020): 99–110.

menginvestasikan uang mereka di lembaga keuangan. Uang tersebut kemudian akan diolah menjadi produk dan layanan keuangan yang dapat digunakan untuk hal-hal yang baik, salah satunya adalah membuka usaha.⁷⁴

Literasi keuangan menurut *Program Internasional for Student Assesment PISA*, yaitu ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep keuangan dan risiko, keahlian, motivasi dan kepercayaan diri untuk membuat keputusan atas berbagai aspek keuangan, yaitu untuk memperbaiki kesejahteraan keuangan individu atau kelompok dan untuk ikut andil dalam kegiatan ekonomi.⁷⁵

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan indikator yang dikemukakan oleh PISA yaitu:

a. *Money and transaction* (Uang dan transaksi).

Aspek ini membahas tentang keuangan pribadi terkait dengan pembayaran atau pengeluaran sehari-hari seperti pemahaman dalam menangani dan memantau transaksi, misalnya dapat menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit dan metode pembayaran lainnya.

b. *Planning and managing* (Perencanaan dan pengelolaan keuangan).

Aspek ini mencakup tentang pendapatan dan kekayaan yang membutuhkan perencanaan dan pengelolaan yang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Hal tersebut untuk meningkatkan

⁷⁴ Hendra Halim, Mashud, Ika Prayanthi Et Al., *Literasi Keuangan*.

⁷⁵ "PISA 2012 Results in Focus."

kesejahteraan finansial seperti menilai dampak dari berbagai rencana belanja.

c. *Risk and reward (Money and transaction (Uang dan transaksi).*

Aspek ini membahas tentang keuangan pribadi terkait dengan pembayaran atau pengeluaran sehari-hari seperti pemahaman dalam menangani dan memantau transaksi, misalnya dapat menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit dan metode pembayaran lainnya.

d. *Financial landscape*

Aspek ini membahas tentang pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan penjual. Aspek ini menggabungkan pemahaman tentang konsekuensi perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik.⁷⁶ Dalam konteks *frugal living* seseorang cenderung hanya menggunakan layanan yang sesuai dengan kemampuan finansial dan tidak menyebabkan pemborosan. Seperti penggunaan e-wallet, paylater, dan cicilan tanpa bunga.

2. *Digital Payment*

Digital Payment adalah proses mentransfer uang atau dana secara elektronik antara dua pihak, seperti bank, bisnis, pemerintah dan konsumen individu guna menerima barang atau jasa. Pembayaran berbasis non-tunai, seperti yang dilakukan menggunakan kartu debit, kartu kredit, PayPal, atau Apple Pay, semuanya dikategorikan sebagai transaksi *Digital Payment*.

⁷⁶ Albab, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)."

Dengan memanfaatkan *Digital Payment*, pelanggan dapat menikmati peningkatan kenyamanan, keamanan, dan kecepatan saat melakukan pembayaran untuk pembelian.⁷⁷

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik, yang dimaksud dengan Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur (1) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; (2) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; (3) digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan (4) nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud *e-commerce* dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.⁷⁸

Menurut Liana digital payment merupakan sebuah layanan yang menggabungkan teknologi informasi dan keuangan dimana digital payment ini menyediakan inovasi bisnis untuk memudahkan dalam transaksi dalam kehidupan.⁷⁹ Menurut Kusnawan dalam jurnal yang ditulis oleh puspita

Dompert digital atau pembayaran non-tunai adalah alat pembayaran yang sah

⁷⁷ Marlina Leni, "Sistem Pembayaran Elektronik."

⁷⁸ Bank Indonesia "Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 - Uang Elektronik (Electronic Money)" "https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_111209.aspx Diakses pada 17 april 2024

⁷⁹ Mutiara, "Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto."

dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), contohnya Shopeepay, Gopay, OVO, LinkAja, Dana, dll.⁸⁰

Indikator digital payment menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati dalam jurnal Zahratud Diniyah dkk yaitu:⁸¹

a. *Perceived Ease of Use* (Pesepsi kemudahan penggunaan)

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut menunjukkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru bekerja lebih mudah daripada mereka yang menggunakan sistem lama.

b. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job performance*” (sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya). Semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin besar pula keinginan seseorang untuk melakukan perbelanjaan melalui digital payment.⁸²

c. *Perceived Credibility* (Persepsi kepercayaan)

⁸⁰ Puspita, Sarsono, and Istiqomah, “Media Sosial, Online Costumer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta.”

⁸¹ Diniyah, Rosmanidar, and Fitrianova Andriani, “Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.”

⁸² Mutiara, “Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.”

Presepsi kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran digital. Semakin tinggi kehandalan teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital.



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

d. *Social Influence* (Pengaruh sosial)

Pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan digital payment.⁸³

e. *Behavior Intentions* (Intensitas penggunaan)

Intensitas penggunaan *digital payment* karena faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment*. mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *digital payment* guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.⁸⁴

Metode pembayaran di *e-commerce* pada umumnya terbagi menjadi dua yakni pembayaran tunai dan pembayaran non tunai. Beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada transaksi *e-commerce* adalah sebagai berikut⁸⁵

a. Transfer Bank

Pada metode pembayaran melalui transfer bank bisa dilakukan dengan menggunakan mesin ATM, *mobile banking* ataupun internet banking.

⁸³ Riska, "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam)."

⁸⁴ Mutiara, "Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN PROF.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto."

⁸⁵ Handayani, "Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transkasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping," *Universitas Gunadarma Jurnal* 15, no. 4 (2021): 58–66.

b. Kartu Kredit

Metode pembayaran ini digunakan untuk produk yang bersifat retail, pembayaran dilakukan secara langsung atau saat itu juga.

c. E-wallet

Metode ini digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan akan bisa digunakan untuk melakukan transaksi online. Pada umumnya untuk pembayaran atau pengisian *e-wallet* biasa menggunakan *mobile banking*, misalnya go-pay, ovo dll.

d. *Cash on Delivery* (COD)

Pada metode ini pembayaran dilakukan setelah barang sampai pada alamat tujuan.⁸⁶

3. Sikap Keuangan

Sikap keuangan adalah keadaan pemikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap keuangan yang dimilikinya kemudian diterapkan kedalam sikapnya sehingga dapat mempertahankan nilai tersebut dengan pengambilan keputusan dan pengelolaan yang tepat⁸⁷. Secara umum, sikap pada uang bisa didefinisikan seperti perilaku setiap individu pada uang yang dipunyai. Uang adalah keperluan penting yang dapat merajai sikap setiap individu serta dapat menjadikan setiap individu agar berfikir tidak rasional.⁸⁸ Sikap keuangan berperan penting dalam menentukan

⁸⁶ Handayani.

⁸⁷ Austin And MN, "Perilaku, Sikap Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan."

⁸⁸ Jasman, "Knowledge On The Financial Behavior Of The Millennial Generation Pengaruh Financial Technology (Fintech), Sikap Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Gengerasi Milenial."

keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengelola keuangannya, dan dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana⁸⁹

Indikator pengukuran sikap keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran.

Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika ia mampu mengelola pendapatan dan pengeluarannya dengan baik dan bijak. Hal ini menghindari pengeluaran berlebihan sehingga pengeluaran tidak melebihi pendapatan.

- b. Menyisihkan uang ke dalam tabungan.

Seseorang yang bisa melacak pendapatan dan mutasi mereka, memungkinkan menghindari pengeluaran berlebihan dan mampu menyimpan uang di tabungan.

- c. Menabung setiap bulan untuk masa depan.

Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika mampu menyisihkan sebagian pendapatan bulanan mereka untuk kebutuhan masa depan.

- d. Melunasi utang setiap bulan.

Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika mampu melunasi utang atau tagihannya tepat waktu.⁹⁰

⁸⁹ Andrea Nur Hidayah, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)."

⁹⁰ Andrea Nur Hidayah.



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

e. Minat Belanja Online

Belanja online merupakan sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui media berupa situs-situs jual beli online atau jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Belanja online juga dapat diartikan sebagai keinginan seorang konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan di toko online. Proses tersebut dilakukan dengan cara memesan produk yang diinginkan melalui produsen atau reseller dengan menggunakan internet, dan selanjutnya melakukan pembayaran dengan cara mentransfer via bank ataupun COD.⁹¹

Belanja online disebut juga dengan *e-commerce (Elektronik Commerce)* yang mengacu pada distribusi, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti Internet atau TV, www atau jaringan komputer lainnya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat beli terdiri dari kata minat dan beli, kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Sedangkan, kata beli adalah memperoleh sesuatu dengan penukaran atau pembayaran dengan uang.⁹²

⁹¹ Albab, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)."

⁹² Putri Et Al., "Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra)."

Menurut Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Konsumen membentuk preferensi di antara banyak merek pilihan yang mungkin akan menimbulkan minat beli terhadap merek yang paling disukai.⁹³

Indikator minat Beli yaitu:

- 1) .Minat transaksional, perilaku konsumen untuk melakukan transaksi terhadap produk yang diminati.
- 2) Minat referensial, perilaku konsumen untuk melakukan referensi barang atau jasa yang sudah dibeli agar konsumen lain tertarik untuk membeli barang atau jasa yang sama.
- 3) Minat preferensial, kecenderungan konsumen untuk menjadikan produk yang berupa barang atau jasa yang telah dibeli atau dikonsumsi sebagai prioritas utama dalam pembelian selanjutnya. Produk tersebut hanya akan diganti oleh produk lainnya apabila terjadi sesuatu terhadap produk tersebut.

⁹³ Arif Wicaksana And Tahar Rachman, *Minat Beli Konsumen, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Vol. 3, 2018, <https://medium.com/@Arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>.

- 4) Minat eksploratif, perilaku konsumen yang selalu ingin mencari lebih dalam terkait informasi produk yang diminati melalui berbagai sumber yang mendukung nilai-nilai positif dari produk tersebut.⁹⁴

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online, yaitu:

- 1) Kenyamanan: Konsumen dapat menghindari kerumitan lalu lintas dan tidak perlu mencari tempat parkir atau berjalan ke toko.
- 2) Informasi yang lengkap: Konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mendapatkan informasi detail mengenai produk atau jasa yang diinginkan dan memesan atau mengunduh informasi secara langsung.
- 3) Kebebasan waktu: konsumen dapat membandingkan harga dan melakukan pemesanan barang atau jasa selama 24 jam setiap hari dari lokasi manapun.
- 4) Kepercayaan konsumen: faktor ini mencakup dampak dari kekecewaan dan penyesalan pembelian sebelumnya terhadap evaluasi pilihan di masa depan, insiden dan perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, termasuk penggunaan kartu kredit.⁹⁵

⁹⁴ Rena Puspitasari, "Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce Pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung."

⁹⁵ Andrea Nur Hidayah, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)."

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁹⁶

B. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember yang mempunyai aplikasi *E-commerce* dan pengguna *digital payment*.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai

⁹⁶ Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁹⁷ Soegiyono. Hal 79

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili⁹⁸.

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).⁹⁹

Pada penelitian ini terdapat kriteria untuk dijadikan sampel yaitu:

- a. Domisili Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember
- b. Yang mempunyai aplikasi dan pernah melakukan belanja online di *E-commerce*
- c. Pernah menggunakan *digital payment*

Dikarenakan populasi minat belanja online di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,960^2(0,5)(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

⁹⁸ *Ibid*, hal 81

⁹⁹ Nanda Saputra, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, N.D.Hal 86

keterangan:

n = jumlah sampel minimal

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

D = tingkat kesalahan = 10%

Berdasarkan perhitungan tersebut minimal sampel yaitu 96 responden, maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Beberapa metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data primer

Data sebagai informasi pertama dikumpulkan sendiri yang bersumber dari seseorang atau hasil eksperimen dalam subjek penelitian (*first hand*). data yang digunakan berupa kuesioner, kuesioner atau Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber utama peneliti. Kuesioner disebarluaskan secara online diberbagai aplikasi sosial media berbentuk link google form yang berisi 32 pertanyaan.

2. Instrument penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.¹⁰⁰ Instrument pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat. Jika pernyataan positif jawaban SS atau selalu diberi skor 5 demikian seterusnya sampai pilihan jawaban TS atau tidak pernah diberi skor 1. Jika pernyataan negatif jawaban SS atau selalu diberi skor 1 demikian seterusnya sampai pilihan jawaban TS atau tidak pernah diberi skor 5.¹⁰¹ Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut¹⁰²:

Tabel 3.1
Ketentuan Skala Likert

Skala Likert	Nilai
SS	Sangat Setuju 5
S	Setuju 4
N	Netral 3
TS	Tidak Setuju 2
STS	Sangat Tidak Setuju 1

¹⁰⁰ Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 92

¹⁰¹ Saputra, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Hal. 69-70

¹⁰² Ika Damayanti, "Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam Mei 2024," 2024.

3. Uji instrument data

Instrumen data adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian (*reliabel*).¹⁰³

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti kebenaran atau keabsahan. Validitas merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid menunjukkan validitas rendah sehingga menghasilkan data yang sulit dipercaya. Sebaliknya alat ukur yang valid menunjukkan validitas yang tinggi, sehingga data yang diperoleh lebih dapat dipercaya. Validitas isi menunjukkan sejauhmana pertanyaan, tugas atau butir dalam suatu tes atau instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut. Artinva tes itu valid apabila butir-butir tes itu mencerminkan keseluruhan konten atau materi yang diujikan atau yang seharusnya dikuasai secara proporsional.¹⁰⁴

¹⁰³ Syamsuryadin Syamsuryadin And Ch. Fajar Sri Wahyuniati, "Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta," *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)* 13, No. 1 (2017): 53–59, <https://doi.org/10.21831/Jorpres.V13i1.12884>.

¹⁰⁴ Muhammad Fakhri Ramadhan, Rusydi A. Siroj, and Muhammad Win Afgani, "Validitas and Reliabilitas," *Journal on Education* 6, no. 2 (2024): 10967–75, <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>.

Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan rhitung dan rtabel dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan *degree of freedom* (df) = n-2 dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid Jika nilai rhitung > rtabel atau nilai p-value < nilai α (0,05), maka item pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen dinyatakan “valid”. Jika nilai rhitung < rtabel atau nilai p-value > nilai α (0,05), maka item pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen dinyatakan “tidak valid”.¹⁰⁵

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) berasal dari kata “*reliable*” yang berarti dapat dipercaya. Reliabilitas sering juga diartikan dengan konsistensi, ketepatan, kestabilan, dan keandalan. Sebuah instrumen penelitian memiliki tingkat atau nilai reliabilitas tinggi jika hasil tes dari instrumen tersebut memiliki hasil yang konsisten atau memiliki keajegan terhadap sesuatu yang hendak diukur. secara umum reliabilitas instrumen dapat diketahui dari nilai cronbach’s alpha pada output reliability statistics dibandingkan dengan kriteria adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai cronbach’s alpha < 0,6 maka dinyatakan kurang reliabel.
- 2) Apabila nilai cronbach’s alpha > 0,6 maka dinyatakan reliabel.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, n.d.

¹⁰⁶ Imam Machali.

D. Analisis Data

Proses analisis data adalah upaya untuk mengubah data menjadi bentuk yang lebih sederhana dan dapat dimengerti. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan *Statistical for Social Science* (SPSS). Berikut analisis yang digunakan yaitu:¹⁰⁷

1. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik (*classical assumption tests*), juga dikenal sebagai pengujian asumsi klasik, dalam analisis data kuantitatif mencakup prinsip-prinsip dasar yang penting untuk memastikan validitas dan keandalan analisis statistik.¹⁰⁸ Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal PP Plot of *regression standardized* sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal

¹⁰⁷ Kharisma Jelita, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa," *Ngiup.Com*, 2022, <https://ngiup.com/2022/11/29/Pengaruh-E-Commerce-Terhadap-Perilaku-Konsumtif-Pada-Mahasiswa/>.

¹⁰⁸ Akbar Asfihan, "Uji Asumsi Klasik: Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik," *Fe Unisma*, No. July (2021): 1–11, http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/Aririz/MA_Uji_Normalitas.Pdf%0Ahttps://Adalah.Co.Id/Uji-Asumsi-Klasik/.

dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya. Cara lain uji normalitas adalah dengan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal¹⁰⁹

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variable-variabel bebas terhadap nilai absolute residual.

¹⁰⁹ Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, No. 3 (2020): 333–42, <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>.

Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹⁰

2. Regresi Linear Berganda

Regresi linear digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen / kriteria (variabel Y) dan kombinasi dua atau lebih variabel independen (variabel X). Adapun bentuk persamaannya adalah:

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

Keterangan :

Y = Minat Belanja Online

X1 = Literasi Keuangan

X2 = *Digital Payment*

X3 = Sikap Keuangan

α = Konstanta / Kemiringan Slope

β_1 β_2 dan β_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Error Term (variabel pengganggu) atau residual.¹¹¹

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

¹¹⁰ Gun - Mardiatmoko

¹¹¹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun Hipotesisnya:

H_0 : Tidak ada pengaruh X_1, X_2 secara parsial terhadap Y_3

H_a : Ada pengaruh X_1, X_2 secara parsial terhadap Y_3

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 : diterima bila Signifikansi $> 0,05$ (tidak berpengaruh)

H_0 : ditolak bila Signifikansi $< 0,05$ (berpengaruh)

b. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun Hipotesisnya:

H_0 : Tidak ada pengaruh X_1, X_2 secara bersama-sama terhadap Y_3

H_a : Ada pengaruh X_1, X_2 secara bersama-sama terhadap Y_3

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 : diterima bila Signifikansi $> 0,05$ (tidak berpengaruh)

H_0 : ditolak bila Signifikansi $< 0,05$ (berpengaruh)

4. Analisis Determinasi (R Square)

Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y . Analisis ini

digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.¹¹²



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

¹¹² Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda."

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Jember adalah sebuah wilayah kabupaten yang merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Jember berada di lereng Pegunungan Gunung Argopuro membentang ke arah selatan sampai dengan Samudera Indonesia.¹¹³

Secara geografis Kabupaten Jember berada pada posisi 7059'6" sampai 8033'56" Lintang Selatan dan 113016'28" sampai 114003'42" Bujur Timur. Wilayah Kabupaten Jember mencakup area seluas 3.293,34 Km², dengan karakter topografi dataran ngarai yang subur pada bagian tengah dan selatan dan dikelilingi pegunungan yang memanjang batas barat dan timur.¹¹⁴

Secara administratif, wilayah Kabupaten Jember berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Probolinggo di sebelah utara, Kabupaten Lumajang di sebelah barat, Kabupaten Banyuwangi di sebelah timur, dan di sebelah selatan dibatasi oleh Samudera Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember, Pemilihan kecamatan ini bertujuan untuk menggambarkan pengaruh literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan sikap keuangan terhadap minat belanja masyarakat dalam konteks *frugal living*, Pemilihan Kecamatan

¹¹³ Pemkab Jember, "Selayang Pandang" <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/> diakses pada 1 Mei 2025

¹¹⁴ Pemkab Jember, "Geografis dan Topografi" <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/geografis-dan-topografi/> diakses pada 1 Mei 2025

Mumbulsari didasarkan atas pertimbangan terhadap karakteristik masyarakat pedesaan di Kabupaten Jember yang sedang mengalami transisi digital dan perubahan perilaku keuangan.

B. Penyajian Data

Salah satu bagian dari menyusun laporan hasil penelitian adalah data menyajikan data yang mencakup hasil utama dari setiap variabel, yang disajikan secara singkat namun signifikan¹¹⁵

1. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti mengumpulkan data Responden sebanyak 101 orang, namun yang sesuai dengan kriteria sebanyak 100 orang. Berikut adalah uraian mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Responden	
		F	%
1	Laki-Laki	78	78%
2	Perempuan	22	22%

Sumber: Data Kuesioner, diolah dengan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, menunjukkan bahwa 22 responden laki laki dan 78 responden perempuan, yang berarti jumlah responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki. dalam penelitian ini rata-rata perempuan karena perempuan cenderung lebih suka berbelanja.. Dapat

¹¹⁵ Penyusunan, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UIN Khas Jember 2021*.

disimpulkan bahwa mayoritas yang melakukan keputusan pembelian pada *E-commerce* di kecamatan Mumbulsari yaitu perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	<18 Tahun	21	21%
2	18-22 Tahun	72	72%
3	23-27 Tahun	7	7%

Sumber: Data Kuesioner, diolah dengan SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa frekuensi distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan terdapat 21 Responden dari usia <18 Tahun, 72 Responden dari usia 18-22 Tahun, dan 7 Responden dari usia 23-27 Tahun. Responden dalam penelitian ini rata-rata usia 18-22 Tahun, rentang usia tersebut cenderung lebih suka belanja karena fase kehidupan ini sering kali diidentifikasi dengan transisi remaja ke dewasa, rentan usia tersebut sering kali mengalami pertumbuhan dan perubahan dalam hal fisik, sosial dan emosional, lebih peka terhadap tren dan kebutuhan untuk terus memperbarui pakaian, aksesoris dan barang lainnya sesuai perkembangan jaman. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang melakukan keputusan pembelian pada *e-commerce* di Kecamatan Mumbulsari yaitu responden dengan rentang usia 18-22 Tahun.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	Sekolah Menengah Atas	47 Orang	47%
2	Sarjana 1 (S1)	27 Orang	27%
3	Magister	0	0%
4	Lainnya	26 Orang	26%

Berdasarkan Tabel 4.3 bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan setara Sekolah Menengah Atas (SMA). Hal ini dikarenakan lokasi penelitian berada di wilayah pedesaan, di mana akses dan minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi masih relatif terbatas. Faktor ekonomi dan ketersediaan fasilitas pendidikan tinggi yang lebih terbatas dibandingkan di kota menjadi salah satu alasan utama rendahnya proporsi lulusan universitas di daerah tersebut. Kondisi ini mencerminkan karakteristik umum masyarakat di Kecamatan Mumbulsari yang mayoritas bekerja di sektor pertanian dan perdagangan tradisional, sehingga pendidikan formal tingkat SMA sudah menjadi pencapaian pendidikan yang dominan.

4. Responden Berdasarkan Rentang Pengeluaran belanja Perbulan

Tabel 4. 4
Responden Berdasarkan Rentang Pengeluaran belanja Perbulan

No	Nominal	Frekuensi	Persentase
1	< Rp. 500.000,-	94	94%
2	Rp.500.000,-sampai Rp.1.000.000,-	5	5%
3	Rp.1.000.000,- sampai Rp.1.500.000,-	1	1%
4	>Rp. 1.500.000,-	0	0%

Berdasarkan data yang diperoleh dalam Tabel 4.4, mayoritas responden di wilayah Mumbulsari pengeluaran belanja online per bulan kurang dari Rp500.000. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap layanan digital mulai meningkat, pola konsumsi masyarakat di Kecamatan Mumbulsari masih cenderung hemat dan selektif dalam berbelanja, sejalan dengan prinsip *frugal living*. Pengeluaran yang relatif rendah ini juga dipengaruhi oleh keterbatasan pendapatan serta kesadaran untuk mengelola keuangan secara bijak dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

5. Responden berdasarkan penggunaan *Digital Payment* yg digunakan

Tabel 4. 5
Responden berdasarkan penggunaan Digital Payment yg digunakan

No	Digital Payment	Frekuensi	Presentase
1	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay,Shoepay)	59	59%
2	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)	24	24%
3	QRIS	7	7%
4	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internenet)	9	9%

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.5 , mayoritas responden menggunakan layanan *e-wallet* sebagai metode pembayaran digital, dengan platform populer seperti Dana, OVO, GoPay, dan ShopeePay. Penggunaan *e-wallet* ini tidak hanya karena kemudahan akses dan praktisnya transaksi, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai diskon, *cashback*, dan promo yang sering ditawarkan oleh penyedia layanan tersebut. Insentif berupa potongan

Harga. Kondisi ini mencerminkan pola konsumsi yang masih selektif dan hemat, di mana konsumen cenderung memanfaatkan promo dan diskon sebagai bagian dari strategi *frugal living* untuk mengoptimalkan pengeluaran mereka. Dan penggunaan QRIS masih sangat minim karena keterbatasan toko fisik yang menerima pembayaran digital, dan kurangnya pemahaman masyarakat di daerah ini.

C. Analisis dan Pengajuan Hipotesis

1. Uji Instrumen Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian (*reliabel*).¹¹⁶

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid menunjukkan validitas rendah sehingga menghasilkan data yang sulit dipercaya. Sebaliknya alat ukur yang valid menunjukkan validitas yang tinggi, sehingga data yang diperoleh lebih dapat dipercaya.¹¹⁷ Validitas

¹¹⁶ Syamsuryadin Syamsuryadin And Ch. Fajar Sri Wahyuniati, "Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta," *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)* 13, No. 1 (2017): 53–59, <https://doi.org/10.21831/Jorpres.V13i1.12884>.

¹¹⁷ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

ini untuk mengetahui apakah pertanyaan sudah mengukur apa yang diukur.

Validitas kuesioner dapat diuji dengan dua pendekatan. Pertama, dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, di mana: Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka data valid.

Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka data tidak valid

Dalam penelitian ini nilai n adalah besarnya sampel yaitu 100 sehingga diperoleh $df = 100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikan 5%, maka diketahui rtabel sebesar 0,196 sehingga ketika rhitung $> 0,196$ dapat dikatakan valid.

Berikut dilampirkan hasil uji validitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

No	VARIABEL	R HITUNG	><	R TABEL	KETERANGAN
1.	Literasi Keuangan (X1)				
	X1.1	.811	>	.196	Valid
	X1.2	.784	>	.196	Valid
	X1.3	.757	>	.196	Valid
	X1.4	.645	>	.196	Valid
	X1.5	.799	>	.196	Valid
	X1.6	.816	>	.196	Valid
	X1.7	.831	>	.196	Valid
	X1.8	.765	>	.196	Valid
2.	<i>Digital Payment</i> (X2)				
	X2.1	.776	>	.196	Valid
	X2.2	.755	>	.196	Valid
	X2.3	.757	>	.196	Valid
	X2.4	.816	>	.196	Valid
	X2.5	.818	>	.196	Valid
	X2.6	.758	>	.196	Valid

	X2.7	.629	>	.196	Valid
	X2.8	.749	>	.196	Valid
	X2.9	.754	>	.196	Valid
	X2.10	.784	>	.196	Valid
3.	Sikap Keuangan				
	X3.1	.634	>	.196	Valid
	X3.2	.671	>	.196	Valid
	X3.3	.783	>	.196	Valid
	X3.4	.752	>	.196	Valid
	X3.5	.666	>	.196	Valid
	X3.6	.784	>	.196	Valid
4.	Minat Belanja online				
	Y1.1	.742	>	.196	Valid
	Y1.2	.609	>	.196	Valid
	Y1.3	.676	>	.196	Valid
	Y1.4	.768	>	.196	Valid
	Y1.5	.775	>	.196	Valid
	Y1.6	.742	>	.196	Valid
	Y1.8	.714	>	.196	Valid

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, seluruh pertanyaan memiliki R Hitung yang lebih besar dari R Tabel (0,196). Artinya, seluruh pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan valid. Ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini baik dan layak untuk memperoleh data.

b. Reliabilitas

Setelah item-item pernyataan dalam kuesioner variabel dinyatakan valid, langkah berikutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Hal ini dilakukan karena kualitas suatu kuesioner penelitian dapat dianggap baik jika telah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Tujuan dari reliabilitas ini untuk mengetahui konsistennya alat yang di ukur

Secara umum reliabilitas instrumen dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha pada output *reliability statistics* dibandingkan dengan kriteria adalah sebagai berikut

- 1) Apabila nilai cronbach's alpha $< 0,6$ maka dinyatakan kurang reliabel.
- 2) Apabila nilai cronbach's alpha $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel.¹¹⁸

Berikut temuan dari uji reliabilitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standard Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,906	0,6	Reliabel
<i>Digital Payment</i> (X2)	0,923	0,6	Reliabel
Sikap Keuangan (X3)	0,767	0,6	Reliabel
Minat Belanja online (Y)	0,870	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.7 diatas , seluruh nilai koefisien Cronbach Alpha pada setiap variabel memiliki nilai $> 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dikatakan reliabel.

Dengan demikian instrumen penelitian dapat dipercaya sebagai alat ukur yang konsisten dan akurat.

2. Asumsi Klasik

Asumsi klasik (*classical assumption tests*), juga dikenal sebagai pengujian asumsi klasik, dalam analisis data kuantitatif mencakup prinsip-prinsip dasar yang penting untuk memastikan validitas dan keandalan

¹¹⁸ Imam Machali.

analisis statistik.¹¹⁹ Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal PP Plot of *regression standardized* sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya. Cara lain uji normalitas adalah dengan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

2) Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.¹²⁰

Metode kedua dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal Probability Plot sebagai dasar

¹¹⁹ Akbar Asfihan, "Uji Asumsi Klasik: Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik," *Fe Unisma*, No. July (2021): 1–11, [Http://Fe.Unisma.Ac.Id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/Aririz/MA_Uji_Normalitas.Pdf%0Ahttps://Adalah.Co.Id/Uji-Asumsi-Klasik/](http://Fe.Unisma.Ac.Id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/Aririz/MA_Uji_Normalitas.Pdf%0Ahttps://Adalah.Co.Id/Uji-Asumsi-Klasik/).

¹²⁰ Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, No. 3 (2020): 333–42, [Https://Doi.Org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342](https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342).

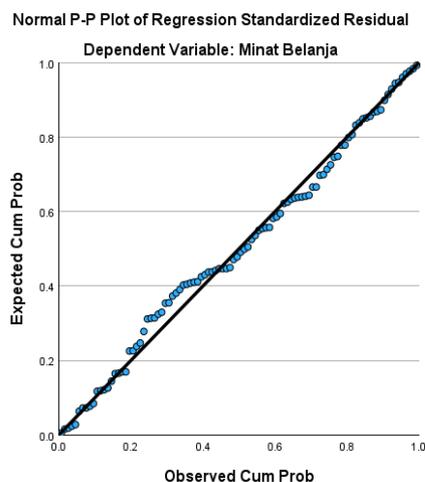
pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.¹²¹

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}			
	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.39385287	
Most Extreme Differences	Absolute	.069	
	Positive	.054	
	Negative	-.069	
Test Statistic		.069	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.281	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.269
		Upper Bound	.292
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Berdasarkan hasil uji statistik One-Sample Kolmogorov Smirnov pada Tabel 4.8 , nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,200. Nilai tersebut memenuhi kriteria signifikansi karena $> 0,050$.

¹²¹ Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, No. 3 (2020): 333–42, <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>.



Gambar 4.1 Hasil uji normalitas probability plot

Pada grafik Normal Probability Plot di atas terlihat bahwa pola penyebaran data dimana data yang berbentuk titik atau lingkaran kecil menyebar mengikuti garis lurus diagonal di sekitar diagram. Dengan berlandaskan pedoman penilaian normalitas data maka disimpulkan bahwa data residu dari variabel yang diteliti adalah data yang terdistribusi normal. Dengan demikian uji Normalitas ini menunjukkan terpenuhi asumsi normalitas data.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dan uji grafik normalitas *P-Plot* dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja online Dalam Konteks *Frugal Living* Di kabupaten Jember. oleh karena itu, penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Literasi Keuangan	0,230	4,349	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<i>Digital Payment</i>	0,210	4,773	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Sikap Keuangan	0,369	2,709	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.9 di atas, karena nilai VIF untuk semua variabel memiliki nilai < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians dari residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual tidak berbeda antara pengamatan, Kondisi tersebut disebut

homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memnuhi asumsi homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variable-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Residual adalah selisih antara nilai aktual variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas¹²²

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig
1.	Literasi Keuangan	0,022
2.	<i>Digital Payment</i>	0.383
3.	Sikap Keuangan	0.643

Berdasarkan tabel 4.10 diatas Uji Glejser di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka model regresi linear berganda ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (variabel Y) dan kombinasi dua atau lebih variabel independen (variabel X). Berikut hasil uji regresi linier berganda dengan variabel literasi keuangan (X1), *digital payment* (X2), sikap keuangan (X3) terhadap Minat Belanja Online (Y).

¹²² Gun - Mardiatmoko

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.749	1.896		1.977	.051
	Literasi Keuangan	.240	.101	.259	2.377	.019
	<i>Digital Payment</i>	.346	.108	.366	3.205	.002
	Sikap Keuangan	.410	.119	.296	3.438	<.001

a. Dependent Variable: Minat Belanja

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan bahwa :

$$\text{Minat Belanja online} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,749 + 0,240 X_1 + 0,346 X_2 + 0,410 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Belanja online

X₁ = Literasi Keuangan

X₂ = *Digital Payment*

X₃ = Sikap Keuangan

α = Konstanta / Kemiringan Slope

β_1 β_2 dan β_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Error Term (variabel pengganggu) atau residual.¹²³

¹²³ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

- 1) Konstanta sebesar 3,749 nilai konstanta mengatakan bahwa pada saat ketiga variabel tersebut dalam keadaan tetap (*constant*), maka jumlah pengguna *mobile banking* adalah sebesar 3,749.
- 2) Nilai β_1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,240 menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat Belanja Online (Y), artinya jika nilai variabel Literasi Keuangan (X1) meningkat maka nilai variabel Minat Belanja Online (Y) akan meningkat sebesar 0,240.
- 3) Nilai β_2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,346 menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat belanja online (Y). Dengan kata lain, peningkatan nilai variabel *Digital Payment* (X2) akan meningkatkan minat belanja online (Y) sebesar 0,346.
- 4) Nilai β_3 (nilai koefisien regresi X3) sebesar 0,410 menunjukkan bahwa variabel sikap keuangan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat belanja online (Y), hal ini berarti jika nilai variabel sikap keuangan (X3) meningkat maka minat belanja online (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,410.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah dasar pengambilan keputusannya:

- 1) Jika nilai T Hitung > T Tabel dan nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai T Hitung < T Tabel dan nilai sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai T Tabel dihitung menggunakan rumus $T \text{ Tabel} = (a/2; n-k-1)$.

- 1) Nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang.
- 2) Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu 3. Sehingga diperoleh nilai $df = 100-3-1$ diperoleh hasil $df = 96$.
- 3) Nilai a yaitu tingkat kepercayaan penelitian yaitu $0,05 / 2 = 0,025$. Berdasarkan $df = 96$ dan tingkat kepercayaan 0,05.
- 4) Nilai T Tabel adalah 1,985.

Hasil uji T (parsial) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.749	1.896		1.977	.051
	Literasi Keuangan	.240	.101	.259	2.377	.019
	<i>Digital Payment</i>	.346	.108	.366	3.205	.002
	Sikap Keuangan	.410	.119	.296	3.438	.001

a. Dependent Variable: Minat Belanja

Analisis Uji T sebagai berikut:

- 1) Pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Hipotesis:

Ho₁ : Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Ha₁ : Variabel literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 2,377 dan nilai signifikansi 0,019 maka dapat disimpulkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ dengan nilai 2,377 $> 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel literasi keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember. Namun arah hubungannya positif yang artinya, semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula minatnya untuk melakukan pembelian secara online. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian, yang menduga adanya pengaruh negatif antara literasi keuangan dan minat belanja online dalam konteks *frugal living*.

- 2) Pengaruh *digital payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Hipotesis:

Ho₂ : variabel *digital payment* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Ha₂ : variabel *digital payment* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Berdasarkan hasil output Tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 3,205 dan nilai signifikansi 0,002 maka dapat disimpulkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ dengan nilai $3,205 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *digital payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

- 3) Pengaruh sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Hipotesis:

Ho₃ : Variabel sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

H_{a3} :Variabel sikap keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 3,438 dan nilai signifikansi 0,001 maka dapat disimpulkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ dengan nilai 3,438 $> 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

b. Uji F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan) dalam penelitian ini yaitu:

Ho4 :Variabel literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember

Ha4 :Variabel literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Untuk mengetahui mengetahui nilai F Tabel didapatkan dengan rumus $F_{Tabel} = k ; n-k$.

- 1) Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu 3.
- 2) Nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang.
- 3) Sehingga diperoleh nilai $F_{Tabel} = 3 ; 100- 3$ diperoleh hasil $F_{Tabel} = 3 ; 97$. Jika dilihat dari distribusi F Tabel nilai dari 3; 97 yaitu sebesar 2,70.

Hasil uji F (simultan) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Hasil Uji F
J E M B E R
.ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1595.427	3	531.809	89.991	<,001 ^b
	Residual	567.323	96	5.910		
	Total	2162.750	99			
a. Dependent Variable: Minat Belanja						
b. Predictors: (Constant), Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, Digital Payment						

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F Hitung sebesar 89.991 dan nilai signifikansi 0,01 maka dapat disimpulkan $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ dengan nilai $89.991 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari Variabel literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat belanja Online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

c. Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.¹²⁴ Hasil uji koefisien determinasi atau (R^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil uji koefisien determinasi atau (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.729	2.43097
a. Predictors: (Constant), Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, Digital Payment				

¹²⁴ Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda."

Berdasarkan hasil output Tabel 4.14 diatas dapat diketahui nilai R Square adalah 0,729 yang artinya bahwa semua variabel independen (literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat penggunaan sebesar 72,9%. Sedangkan 27,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan mempengaruhi sebesar 72,9% terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kec. Mumbulsari Kab. Jember. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat belanja online.

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Literasi keuangan adalah pengetahuan keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat

Pada penelitian ini literasi keuangan mempunyai 4 indikator yang digunakan diantaranya:1) *Money and transaction* (Uang dan transaksi), seseorang yang memahami konsep dasar uang dan transaksi dan lebih sadar

terhadap nilai uang yang dimilikinya. Hal ini membuat seseorang lebih mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian. Seperti membandingkan harga, mencari promo atau diskon yang benar-benar menguntungkan dan menilai apakah barang tersebut layak dibeli atau tidak.

2) *Planning and managing* (Perencanaan dan pengelolaan keuangan) yang baik, adalah kemampuan merencanakan dan mengelola keuangan secara bijak, seperti memiliki anggaran belanja khusus. Seseorang yang menerapkan *frugal living* cenderung memenuhi kebutuhan dengan cara yang hemat dan terencana. 3) *Risk and reward* (Pemahaman terhadap risiko), membahas tentang keuangan pribadi terkait dengan pembayaran atau pengeluaran sehari-hari seperti pemahaman dalam menangani dan memantau transaksi. Hal ini selaras dengan seseorang yang menerapkan *frugal living* yang menekankan pengeluaran yang aman. 4) *Financial landscape* (Pemilihan produk dan layanan keuangan), membahas tentang pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan penjual dalam konteks *frugal living* seseorang cenderung hanya menggunakan layanan yang sesuai dengan kemampuan finansial dan tidak menyebabkan pemborosan. Seperti penggunaan *e-wallet*, *paylater*, dan cicilan tanpa bunga.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 2,377 dan nilai signifikansi 0,019 maka dapat disimpulkan T Hitung > T Tabel dengan nilai $2,377 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel literasi keungan terhadap minat

belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember. dengan arah hubungannya positif yang Artinya, semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula minatnya untuk melakukan pembelian secara online.

Hasil penelitian ini membuktikan teori *Theori of Planned Behavior* (TPB). pada aspek control perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral control*), Dalam TPB, *perceived behavioral control* merujuk pada sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atau kemampuan dalam melakukan suatu perilaku. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi umumnya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola keuangan pribadi, memahami risiko, dan mengambil keputusan ekonomi yang rasional. Dalam konteks *frugal living* atau gaya hidup hemat, individu yang memiliki literasi keuangan tinggi tidak serta-merta menghindari belanja online, tetapi cenderung lebih selektif dan strategis. Mereka biasanya memanfaatkan momen tertentu, seperti diskon, *cashback*, atau promo khusus, untuk memperoleh barang yang dibutuhkan dengan harga terbaik. Ketika harga barang naik atau tidak dalam masa promo, mereka akan menahan diri dan menunda pembelian sebagai bentuk pengendalian diri dan efisiensi pengeluaran.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nur Afrida, dkk yang juga menemukan bahwa literasi keuangan juga meningkatkan minat belanja online yang terencana. Tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dan berkorelasi dengan pengetahuan keuangan yang lebih luas akan

mempengaruhi minat belanja yang baik. Seperti mengetahui bagaimana merencanakan keuangan pribadi dan menyusun daftar prioritas untuk kebutuhan konsumsi, mereka dapat berbelanja sesuai dengan rencana dan prioritas yang telah ditetapkan.¹²⁵

2. Pengaruh *Digital Payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Digital payment merupakan sebuah layanan yang menggabungkan teknologi informasi dan keuangan dimana *digital payment* ini menyediakan inovasi bisnis untuk memudahkan dalam transaksi dalam kehidupan.

Pada penelitian ini *digital payment* menggunakan 5 indikator: diantaranya: 1) *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan), Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut menunjukkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru bekerja lebih mudah daripada mereka yang menggunakan sistem lama. 2) *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat), adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Semakin besar manfaat yang dirasakan maka semakin besar pula keinginannya seseorang untuk melakukan perbelanjaan melalui *digital payment*. 3) *Perceived Credibility* (Persepsi

¹²⁵ Putri et al., "Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra)."

kepercayaan), didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran digital. Semakin tinggi kehandalan teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital. 4) *Social Influence* (Pengaruh sosial), menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan *digital payment*. 5) *Behavior Intentions* (Intensitas penggunaan) diantaranya faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, yang mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment*. mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *digital payment* guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 3,205 dan nilai signifikansi 0,002 maka dapat disimpulkan T Hitung > T Tabel dengan nilai 3,205 > 1,985 dan nilai signifikansi < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara variabel *digital payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kabupaten Jember. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *digital payment* terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Jember. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan *digital payment*, maka semakin tinggi pula minat belanja online. Dalam konteks *frugal living*, penggunaan *digital payment* dianggap mendukung perilaku

hemat karena sering memberikan keuntungan tambahan seperti diskon, promo, maupun *cashback*. Oleh karena itu, individu dengan gaya hidup *frugal* cenderung memanfaatkan *digital payment* untuk mendapatkan harga yang lebih ekonomis saat berbelanja online.

Hasil penelitian ini mendukung teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa minat atau niat seseorang dalam melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku tersebut. *digital payment* dapat memengaruhi sikap individu terhadap belanja online karena dianggap memudahkan proses transaksi dan memberikan nilai tambah secara *finansial*. Norma subjektif juga turut berperan ketika lingkungan sekitar memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan *digital payment* sebagai metode yang lebih efisien dan ekonomis. Selain itu, *perceived behavioral control* terlihat dari bagaimana *digital payment* memberikan rasa kontrol terhadap pengeluaran, misalnya melalui pencatatan otomatis atau pembatasan saldo, yang mendukung prinsip *frugal living*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Alvina, dkk, penggunaan *digital payment* sangat mudah dan praktis karena dalam satu marketplace bisa berbelanja serta transaksi pembelian lebih efisien di marketplace.¹²⁶

Didukung juga oleh Penelitian kintan dan Dedi Dengan kenyamanan serta promo yang ditawarkan menyebabkan masyarakat lebih banyak

¹²⁶ Puspita, Sarsono, and Istiqomah, "Media Sosial, Online Costumer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta."

menggunakan uangnya untuk mengkonsumsi barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan saja, hal tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat.¹²⁷

3. Pengaruh sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Sikap pada uang bisa didefinisikan seperti perilaku setiap individu pada uang yang dipunyai. Uang adalah keperluan penting yang dapat merajai sikap setiap individu serta dapat menjadikan setiap individu agar berfikir tidak rasional. Sikap keuangan berperan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengelola keuangannya, dan dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

Indikator pengukuran sikap keuangan pada penelitian ini sebagai berikut: 1) Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran. Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika ia mampu mengelola pendapatan dan pengeluarannya dengan baik dan bijak. Hal ini menghindari pengeluaran berlebihan sehingga pengeluaran tidak melebihi pendapatan. 2) Menyisihkan uang ke dalam tabungan. Seseorang yang bisa melacak pendapatan dan mutasi mereka, memungkinkan menghindari pengeluaran berlebihan dan mampu menyimpan uang di tabungan. 3) Menabung setiap

¹²⁷ Mohammad Adit Musthofa et al., "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang)," *Jiagabi* 9, no. 2 (2020): 175–84.

bulan untuk masa depan Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika mampu menyisihkan sebagian pendapatan bulanan mereka untuk kebutuhan masa depan. 4) Melunasi utang setiap bulan. Seseorang dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika mampu melunasi utang atau tagihannya tepat waktu.

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai T hitung sebesar 3,438 dan nilai signifikansi 0,001 maka dapat disimpulkan $T_{hitung} > T_{Tabel}$ dengan nilai $3,438 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Jember. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap keuangan seseorang misalnya dengan memiliki kebiasaan mengelola pengeluaran, menyusun anggaran, dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk memiliki minat berbelanja secara online dengan cara yang lebih bijak dan hemat. Dalam konteks *frugal living*, sikap keuangan yang positif akan mendorong seseorang untuk tetap memenuhi kebutuhannya tanpa mengabaikan prinsip hidup hemat dan efisien.:

Hasil penelitian ini mendukung teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa minat atau niat seseorang dalam melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh beberapa komponen, salah satunya yaitu sikap terhadap perilaku, sikap keuangan mencerminkan *attitude* individu terhadap pengelolaan keuangan pribadinya. Individu yang memiliki sikap

keuangan yang baik cenderung lebih selektif dalam berbelanja, mempertimbangkan manfaat barang sebelum membeli, dan lebih memilih platform belanja online yang memberikan harga lebih terjangkau. Hal ini dapat mendorong niat berbelanja online karena mereka merasa mampu mengontrol pengeluaran tanpa melanggar prinsip *frugal living* yang dianut.

Temuan ini sejalan dengan Jurnal penelitian yang ditulis oleh Della, dkk, yang mengatakan bahwa semakin baik sikap keuangan yang didapat oleh seseorang maka dapat menjadi jaminan dalam meningkatkan minat belanja.¹²⁸ seseorang yang memiliki sikap keuangan yang baik cenderung mengaplikasikan kemampuan dan pengetahuannya mengenai keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini akan membantu memperbaiki perilaku konsumtif individu menjadi lebih baik.

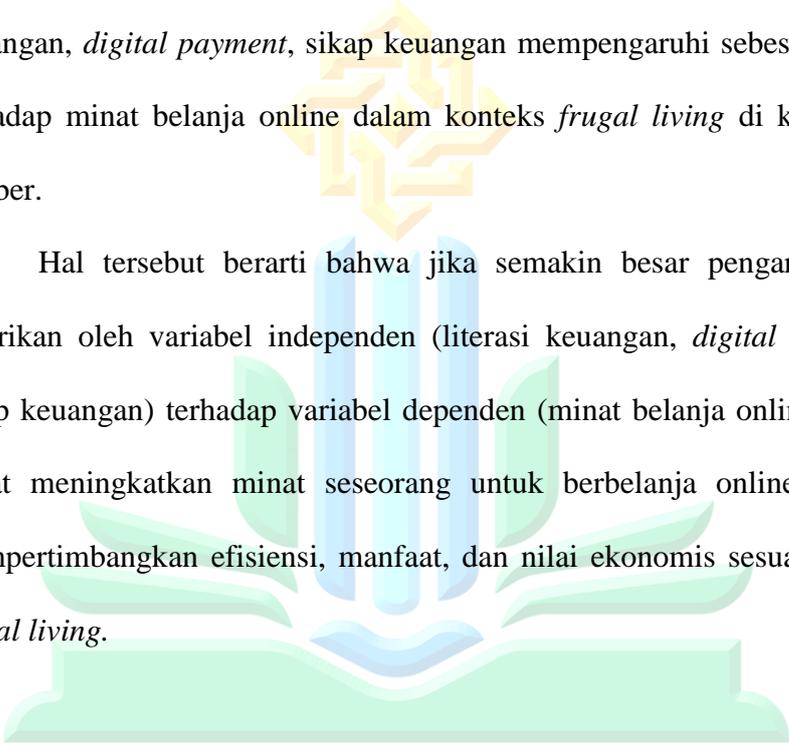
4. Pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan sikap keuangan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel yaitu sebesar 89.991 > 0,00 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari Variabel literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat belanja Online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

¹²⁸ Sari, Prasetyo, and Kurniawan, "Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)."

Pada Uji Koefisien Determinasi, diketahui nilai R Square adalah 0,738 yang artinya bahwa semua variabel independen (literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat penggunaan sebesar 73,8%. Sedangkan 26,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan mempengaruhi sebesar 73,8% terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember.

Hal tersebut berarti bahwa jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan) terhadap variabel dependen (minat belanja online) maka dapat meningkatkan minat seseorang untuk berbelanja online dengan mempertimbangkan efisiensi, manfaat, dan nilai ekonomis sesuai prinsip *frugal living*.



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

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Kabupaten Jember. Variabel ini dibentuk oleh indikator *Money and transaction* (Uang dan transaksi), *Planning and managing* (Perencanaan dan pengelolaan keuangan), *Risk and reward* (Pemahaman terhadap risiko), *Financial landscape* (Pemilihan produk dan layanan keuangan). Disimpulkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula minatnya untuk melakukan pembelian secara online. Tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dan berkorelasi dengan pengetahuan keuangan yang lebih luas akan mempengaruhi minat belanja yang baik. Seperti mengetahui bagaimana merencanakan keuangan pribadi dan menyusun daftar prioritas untuk kebutuhan konsumsi, mereka dapat berbelanja sesuai dengan rencana dan prioritas yang telah ditetapkan.
2. *Digital payment* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember. Variabel *digital payment* berpengaruh positif terhadap minat belanja online dibentuk oleh indikator *Perceived Ease of Use* (Pesepsi kemudahan penggunaan), *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat), *Perceived Credibility* (Persepsi kepercayaan), *Social Influence* (Pengaruh sosial), *Behavior Intentions* (Intensitas penggunaan). *Digital payment* menentukan minat belanja online

dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember yang berarti semakin tinggi pemanfaatan *digital payment*, maka semakin tinggi pula minat belanja online. Dalam konteks *frugal living*, penggunaan *digital payment* dianggap mendukung perilaku hemat karena sering memberikan keuntungan tambahan seperti diskon, promo, maupun *cashback*. Individu dengan gaya hidup *frugal* cenderung memanfaatkan *digital payment* untuk mendapatkan harga yang lebih ekonomis saat berbelanja online.

3. Sikap keuangan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat belanja online dalam konteks *frugal living* di Jember. Variabel sikap keuangan berpengaruh positif terhadap minat belanja online dibentuk oleh indikator: Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran, Menyisihkan uang ke dalam tabungan, Menabung setiap bulan untuk masa depan, dan Melunasi utang setiap bulan. Sikap keuangan menentukan minat belanja online dalam konteks *frugal living* di kabupaten Jember yang berarti semakin baik sikap keuangan seseorang misalnya dengan memiliki kebiasaan mengelola pengeluaran, menyusun anggaran, dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk memiliki minat berbelanja secara online dengan cara yang lebih bijak dan hemat. Dalam konteks *frugal living*, sikap keuangan yang positif akan mendorong seseorang untuk tetap memenuhi kebutuhannya tanpa mengabaikan prinsip hidup hemat dan efisien.
4. Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, *digital payment*, dan sikap keuangan terbukti memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember . hal ini disimpulkan jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (literasi keuangan, *digital payment*, sikap keuangan) terhadap variabel dependen (minat belanja online) maka dapat meningkatkan minat seseorang untuk berbelanja online dengan mempertimbangkan efisiensi, manfaat, dan nilai ekonomis sesuai prinsip *frugal living*

B. Saran-saran

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian dengan melibatkan lebih banyak kecamatan atau wilayah di Kabupaten Jember. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian bisa menggambarkan kondisi yang sebenarnya secara menyeluruh.
2. Keterbatasan jumlah variabel yang hanya menggunakan 3 variabel saja, diharapkan untuk menambah variabel lain.
3. Adanya kemungkinan kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.

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

DAFTAR PUSTAKA

Agni Astungkara, Arum Febriyanti Ciptaningtias, Triloka Mahesti. "Generasi Z Dan Kemandirian Finansial? Peran Frugal Living Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Gender Sebagai Variabel

- Pemoderasi” 25, no. 02 (2025): 1–9. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap> Jurnal.
- Ajzen, Icek. “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Albab, Farah Ulil. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017).” *Skripsi*, 2020.
- Andrea Nur Hidayah. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang),” 2023, 1–131. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.
- Asfihan, Akbar. “Uji Asumsi Klasik: Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik.” *Fe Unisma*, no. July (2021): 1–11. http://fe.unisma.ac.id/Materi_Ajar_Dosen/Ekometrik/AriRiz/MA_UjiNormalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/.
- Austin, Joshua Nathan, and Nuryasman MN. “Perilaku, Sikap Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2021): 61. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11288>.
- Camelia, Dea, and Mintasih Indriayu. “Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga Terhadap Perilaku Hidup Hemat (Frugal Living) Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening” 07, no. 01 (2024): 6338–51.
- Choerudin, Achmad, Zulfachry, Rahmatya Widyaswati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, Budi Harto, Nita Fauziah, et al. *Literasi Keuangan. Banking Journalist Academy*, 2023.
- Damayanti, Ika. “Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam Mei 2024,” *Skripsi UIN KHAS Jember*, 2024.
- Dilasari. “Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus of Control.” *PLatform Riset Mahasiswa Akuntansi* 01, no. 04 (2020): 74–87.
- Diniah, Zahratud, Elyanti Rosmanidar, and Beid Fitrianova Andriani. “Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 409–26. <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v8i2.2003>.

- Fadilah, Rike. “Pengaruh Digital Payment Dan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat” Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon, (2023).
- Handayani. “Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping.” *Universitas Gunadarma Jurnal* 15, no. 4 (2021): 58–66.
- Hartantri, Rizki, Bakti Setyadi, and Muji Gunarto. “Analysis of the Effect of Frugal Living on Employee Financial Management in Achieving Financial Freedom.” *International Journal of Finance Research (IJFR)* 5, no. 1 (2024).
- Hendra Halim, Mashud, Ika Prayanthi, Muhammad Ichsan Gaffar, Lanemey Brigitha Pandeiro Frisky Jeremy Kasingku, Siti Rahmatia Machieu Anastasia Sri Mendari, Billy Ivan Tansuria, and Lina Krisnawati Andrew Christian Aseng. *Literasi Keuangan*. Vol. 4, 2016.
- Hidayati, Afifah, Taufiq Hidayat, and Rika Pristian. “E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro).” *IKIP PGRI Bojonegoro*, 2020.
- Imam Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Jasman, Jumawan. “Knowledge On The Financial Behavior Of The Millennial Generation Pengaruh Financial Technology (Fintech), Sikap Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Gengerasi Milenial” 4, no. 2 (2023): 1882–91.
- Jelita, Kharisma. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Ngiup.Com*, 2022. <https://ngiup.com/2022/11/29/pengaruh-e-commerce-terhadap-perilaku-konsumtif-pada-mahasiswa/>.
- Literacy, Pengaruh Financial, Financial Self Efficacy, and Manajemen Keuangan. “Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan Pengaruh Financial Literacy , Financial Self Efficacy , Dan Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan” 5, no. 4 (2024): 165–75.
- Maisyarah, Anisa, and Nurwahidin Nurwahidin. “Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits).” *Tadarus Tarbawy: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.31000/jkip.v4i2.7221>.
- Mardiatmoko, Gun -. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Marlina Leni, Dkk. “Sistem Pembayaran Elektronik.” *Widina Bhakti Persada*

Bandung, no. July (2020): 30.

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

Musthofa, Mohammad Adit, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, Kata Kunci:, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Dan Sistem, and Pembayaran Uang. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang)." *Jiagabi* 9, no. 2 (2020): 175–84.

Mutiara, Liana. "Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto," 2023, 163.

Nurul Setianingrum, Fatimatuzzahro, Fauzan. *Administrasi Lembaga Keuangan Bank Dan Non-Bank*. Yogyakarta, 2024.

Perdana Oskar, Dimas, Rangga Wenda Prinoya, Wellia Novita, and Hane Johan. "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok." *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 442–47. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i14.434>.

Pisa " Results in Focus," 2012.

Pujia, Dede Puspa, Cecep Edi Hidayat, Hurian Kamela, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Tangerang Raya, Fakultas Ekonomi Bisnis, and Universitas Tangerang Raya. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya" 5, no. 2 (2024): 661–77.

Puspita, Alvina Della, Sarsono Sarsono, and Istiqomah Istiqomah. "Media Sosial, Online Costumer Review Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok Di Surakarta." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 1 (2023): 55–68. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3374>.

Putri, Afrida, Muhammad Fuad, Dias Setianingsih, and Universitas Samudra. "Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Comerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik* 2, no. 2 (2024): 36–43.

- Putri, Nadia Azalia. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja UMKM Kerajinan Tangan Di Kabupaten Jember." *Opinia De Journal 2*, no. 1 (2022): 1–13.
- Putri, Solehatin Ika, Eka Yulianti, Galih Ginanjar Saputra, and Harini Fajar Ningrum. "Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis 14*, no. 1 (2022): 29–40. <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i1.734>.
- Putri, Vetrycia Setryna, Program Studi, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, Universitas Islam, Negeri Raden, and M A S Said. "Analisis Penggunaan Layanan Perbankan Syariah Dalam Tranksaksi E-Commerce," 2023.
- Ramadhan, Muhammad Fakhri, Rusydi A. Siroj, and Muhammad Win Afgani. "Validitas and Reliabilitas." *Journal on Education 6*, no. 2 (2024): 10967–75. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>.
- Rena Puspitasari. "Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce Pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung." *International Journal Administration Business and Organization 4*, no. 2 (2023): 1–9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>.
- Riska. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)." *IAIN Pare Pare*, 2022, 1–23.
- Saputra, Nanda. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, n.d, 2022.
- Sari, Della Millenia, Ery Teguh Prasetyo, and Dody Kurniawan. "Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)." *Cemerlang : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis 4*, no. 2 (2024): 87–99. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2637>.
- Silaya, Micrets. "Financial Health Suatu Kajian Pustaka." Vol. 14, no. 1 (2020): 99–110.
- Simarmata, Rosa Elita, Ivonne Stanley Saerang, and Lawren Julio Rumokoy. "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di FEB Univ Sam Ratulangi." *Jurnal EMBA 12*, no. 1 (2024): 462–75.
- Simatupang, Sudung, Ernest Grace, Christine Dewi Nainggolan, and Nelly Ervina. "Pembayaran E-Payment Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce." *JIRK: Journal of Innovation Research and Knowledge 4*, no. 1 (2024): 33–44.
- Siti falihatul muslihah. "Konsep Frugal Living Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik),"

2023, 1–78.

Siti Masrohatin, Nurdiana Holiday, Silvina Dwiki Setyawati, Danik Fitria Lestari. “Pendampingan Literasi Dalam Membantu Pengaktifan Aplikasi Livin’ By Mandiri Pada Perangkat Desa Puger” 1 (2023): 98–107.

Soegiyo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2011.

Syamsuryadin, Syamsuryadin, and Ch. Fajar Sri Wahyuniati. “Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta.” *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)* 13, no. 1 (2017): 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>.

Ummu Salamah, Ati Sadiyah, and Lis Aisyah. “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology Dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Gaya Hidup.” *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 1 (2023): 104–16.

Wahyuningtyas, Silfiyah Nur, and . Susanti. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Perilaku Belanja Online.” *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 5, no. 1 (2021): 47–60. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v5n1.p47-60>.

Wicaksana, Arif, and Tahar Rachman. *Minat Beli Konsumen. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 3, 2018. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.



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

Lampiran 1

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH	HIPOTESIS
Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Digital Payment</i> , dan Sikap Keuangan terhadap Minat Belanja dalam Konteks <i>Frugal Living</i> di Jember	Literasi Keuangan (X1)	<i>Money and transaction</i> <i>Planning and managing</i> <i>Risk and reward</i> <i>Financial landscape</i> Refrensi: Farah Ulil Albab (2020)	Data Primer (Angket atau Kuesioner)	Pendekatan Kuantitatif Dengan Jenis Asosiatif Penentuan Jumlah Sampel menggunakan rumus Lemeshow Menggunakan skala likert Metode analisis data:	Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember?	Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember Ha ₁ : Terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara literasi keuangan terhadap minat beli online di kabupaten Jember
	<i>Digital Payment</i> (X2)	<i>Perceived ease of use</i> <i>Perceived usefullnes</i>		Uji Validitas Uji reliabilitas Uji Asumsi klasik Uji normalitas	Apakah <i>digital payment</i> berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember?	Ho: tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel <i>digital payment</i> terhadap minat belanja online di kabupaten Jember

		<p><i>Perceived credibility</i></p> <p><i>Sosial influence</i></p> <p><i>Behavior intentions</i></p> <p>Refrensi : Riska (2022)</p>		<p>Uji multikolinieritas</p> <p>Uji heteroskedastisitas</p> <p>Uji hipotesis</p> <p>Uji t</p> <p>Uji f</p> <p>Uji koefisien determinasi</p> <p>Analisis regresi linear berganda</p>		<p>Ha₂ : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel <i>digital payment</i> terhadap minat belanja online di kabupaten Jember</p>
	Sikap Keuangan (X3)	<p>Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran</p> <p>Menyisihkan uang kedalam tabungan</p> <p>Menabung setiap bulan untuk masa depan.</p> <p>Melunasi utang setiap bulan</p>			<p>Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap minat belanja online di kabupaten Jember?</p>	<p>Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember</p> <p>Ha₃ : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember</p>

		Refrensi: Andrea Nur Hidayah (2023)			
	Minat Belanja (Y)	Minat transaksional Minat preferensial Minat referensial Minat eksploratif Refrensi: Putri, Solehatin Ika, Eka, dkk (2022)		Apakah literasi keuangan, <i>digital</i> payment, dan sikap keuangan berpengaruh secara simultan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember?	Ho: tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel literasi keuangan, <i>digital</i> <i>payment</i> , sikap keuangan dengan minat belanja online di kabupaten Jember Ha4 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara literasi keuangan, <i>digital</i> <i>payment</i> , dan sikap keuangan terhadap minat belanja online di kabupaten Jember .

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

Lampiran 2

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Alviatus Soleha

Nim : 212105010062

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA ONLINE DALAM KONTEKS *FRUGAL LIVING* DI KABUPATEN JEMBER”

Secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 22 Mei 2025

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NE
KIAI HAJI ACHMAD S
J E M B E R



Alviatus Soleha
NIM. 212105010062

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja online Dalam Konteks *Frugal Living* Di Kabupaten Jember

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Alviatus Soleha mahasiswi semester 8 prodi Perbankan Syariah UIN KH.Achmad Siddiq Jember. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul " Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment* dan Sikap Keuangan dalam konsep *Frugal Living* Terhadap Minat Belanja online di kabupaten Jember " .

kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Domisili Jember
2. Memiliki Aplikasi *E-commerce*
3. Pernah atau memiliki keinginan Melakukan Pembelian di *E-commerce*

Seluruh data responden dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja sehingga, mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner penelitian ini. Terima kasih atas perhatian, waktu, dan ketersediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. saya mengucapkan Terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

keterangan:

5 = Sangat setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

Nama:

Jenis kelamin:

Usia:

Pendidikan:

Domisili saya di Kec. Mumbulsari , Kab. Jember :

Pernah atau memiliki keinginan Melakukan Pembelian di *E-commerce*:

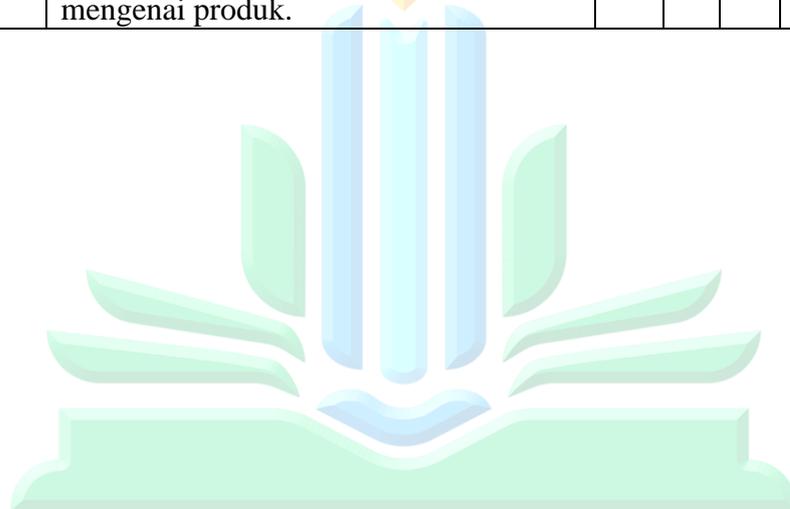
Pengeluaran berbelanja online per bulan?:

Jenis *digital payment* yang sering digunakan ?

Variabel	pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Literasi keuangan	<i>Money and transaction (uang dan transaksi)</i>					
	Saya membandingkan harga antar toko di online shop sebelum membeli suatu produk					
	Saya membeli lebih banyak produk di online shop jika harganya lebih murah.					
	<i>Planning and managing finance (perencanaan dan pengelolaan keuangan)</i>					
	Saya membuat anggaran belanja untuk memperkirakan biaya yang dikeluarkan setiap bulan					
	Saya selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran setiap bulan					
	<i>Risk and reward (risiko dan keuntungan)</i>					
	Saya mengetahui keuntungan yang didapat dalam membeli produk di online shop.					
	Saya tidak akan membeli produk di online shop jika produk tersebut memiliki risiko seperti kerusakan karena tidak ada garansi					
	<i>Financial landscape (lanskap keuangan)</i>					
Saya mengetahui bahwa membeli produk secara kredit merupakan hutang yang harus dibayar di kemudian hari.						
Saya memiliki uang simpanan/tabungan untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak.						
Digital Payment	<i>Perceived Ease of Use (kemudahan penggunaan)</i>					
	Penggunaan <i>digital payment</i> memberikan kemudahan dalam hal penggunaannya serta pengaplikasiannya					
	Semua transaksi pembayaran terasa lebih praktis dengan <i>digital payment</i>					
	<i>Perceived Usefulness (kegunaan yang dirasakan)</i>					
	<i>Digital payment</i> sangat efektif dalam membantu pembayaran kebutuhan sehari-hari (belanja online. Listrik, air, pulsa)					

	Dengan adanya <i>digital payment</i> kita dapat melakukan transaksi pembayaran dimanapun dan kapanpun selama jaringan mendukung					
	<i>Perceived credibility</i> (kredibilitas yang dirasakan)					
	Selama awal pemakaian hingga saat ini saya merasa aman menggunakan <i>digital payment</i> .					
	Saldo tidak pernah berkurang sedikit pun tanpa sepengetahuan pemilik akun.					
	<i>Sosial influence</i> (pengaruh sosial)					
	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena direkomendasikan oleh teman.					
	menggunakan <i>digital payment</i> dikarenakan adanya iklan-iklan di televisi maupun di media lain yang memaparkan keuntungan menggunakan <i>digital payment</i> .					
	<i>Behavior intentions</i> (niat perilaku)					
	Saya menggunakan <i>digital payment</i> rata-rata lebih dari 3 kali dalam sebulan.					
	<i>Digital payment</i> paling sering saya gunakan untuk belanja online.					
Sikap Keuangan	Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran					
	saya selalu mencatat pendapatan setiap bulan					
	saya mencatat pendapatan untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran setiap bulan.					
	Menyisihkan uang ke dalam tabungan					
	saya menghabiskan uang untuk keperluan sekunder					
	saya bisa mengontrol pengeluaran setiap bulan					
	Menabung setiap bulan untuk masa depan					
	saya menyisihkan pendapatan setiap bulan untuk berinvestasi					
	Melunasi utang setiap bulan					
	saya selalu membayar hutang sesuai jatuh tempo.					
Minat Belanja Online	Minat Transaksional					
	Saya ingin memiliki suatu produk berdasarkan keunggulannya.					
	Saya ingin memiliki suatu produk tertentu dibandingkan produk lain.					

Minat refrensial					
Saya merekomendasikan produk kepada teman-teman saya					
Saya membandingkan harga produk dengan produk lain.					
Minat prefrensial					
Saya selalu Mempertimbangkan harga saat membeli karena promo yang ditawarkan.					
Saya selalu mempertimbangkan pembelian karena program yang ditawarkan					
Minat eksploratif					
Saya tertarik pada iklan suatu produk					
Saya tertarik mencari informasi mengenai produk.					



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

Lampiran 4

DOKUMENTASI



Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi E-commerce dengan bertransaksi menggunakan digital payment



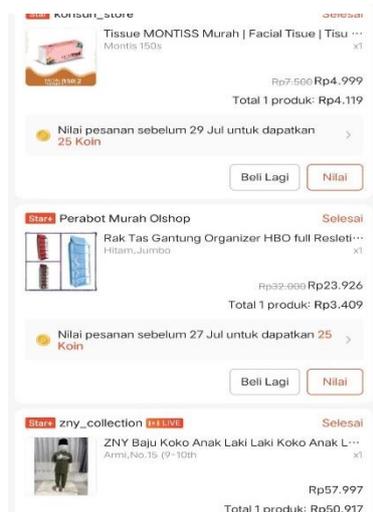
Gambar 1.2 Riwayat Transaksi E-commerce



Gambar 1.3 Riwayat pembelian di Platform E-Commerce



Gambar 1.4 Riwayat penggunaan digital payment di E-commerce



Gambar 1.5 Riwayat Transaksi E-commerce mendapatkan Poin dan Diskon

Lampiran 5

SURAT IZIN PENELITIAN



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-470/Un.22/7.a/PP.00.9/04/2025

28 April 2025

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Jl. Letjen S.Parman No.89 Jember

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

Nama : Alviatus Soleha
NIM : 212105010062
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja dalam Konteks Frugal Living di Jember di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Lampiran 6

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN MUMBULSARI**

Sekretariat : Jl. KH. Agus Salim No. 02 Mumbulsari Tlp. (0331) 5444177

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 000.9/ 57 /35.09.23/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IMAM SATOTO, SE
NIM : 19740304 200312 1 006
Jabatan : Plh. Camat Mumbulsari

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : ALVIATUS SOLEHA
NIM : 3509235201030006/2121050100062
Instansi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam/Peerbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan di atas benar telah selesai melakukan penelitian di wilayah Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember terhitung dari tanggal 01 Mei 2025 s/d 17 Mei 2025 dalam rangka Kegiatan Penelitian dengan judul/terkait Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja dalam Konteks Frugal Living di Jember.

Demikian surat ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 19 Mei 2025
Plh. Camat MUMBULSARI



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

Lampiran 7

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal Pelaksanaan	Jenis Kegiatan
1.	28 April 2025	Mengantarkan surat izin penelitian ke BAKESBANGPOL Jember
2.	30 April 2025	Memperoleh surat rekomendasi Penelitian dari BAKESBANGPOL Jember
3.	30 April 2025	Mengantarkan surat Rekomendasi ke Kecamatan
4.	2 Mei 2025	Mendapatkan izin Penelitian
5.	2 Mei 2025	Mulai menyebar kuisioner secara online
6.	15 Mei 2025	Penyebaran kuisioner sudah mencapai target
7.	17 Mei 2025	Meminta surat keterangan selesai penelitian

Jember, 19 Mei 2025

CAMAT MUMBULSARI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lampiran 8

DATA RESPONDEN

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pengeluaran berbelanja online per bulan	Jenis Digital Payment yang sering digunakan?
Renda Apriliana	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
M. Nathan Al-Ghazali	Laki-Laki	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Siti Wardatul M.	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Noven Ferdiansyah	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Syahrir Bakhtiar	Laki-Laki	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Fira	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Andrian	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Izna Wahyuni	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Anisa Aulia	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Taufiqur R	Laki-Laki	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Diana aulia	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)

Intan dwi	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Isni Wati	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Yuni Kurnia Ningsih	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet
Mala Putri	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	QRIS
Lailatul Qomaria	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Nita dwi	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet
Putri	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Intan	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Dwi anggeli	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Andini	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Zulfiah	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Affan	Laki-Laki	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Siti Lusiana safara	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Nova haeni	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)

Imelda	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Arin	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Rina dwi	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Urfial q	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Anita Dwi l	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Deva Yuli	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Khusnul	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Evi yudita	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Ida	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Siti Wulandari	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Andrian H	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Muhammad	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet)
Khofifah	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRIImo)
Sulfiah	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)

			h Atas (SMA)		
Lilis w.	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Meli agustin	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Indiana	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Beni	Laki-Laki	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Cicik	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet
Diana	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Efa	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Eka putri	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Agung	Laki-Laki	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Putri Aulia	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet
Kamila	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Jihan	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet
Ferdanaryatul	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)

Nathan	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
Layla	Perempuan	23 Tahun-27 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
zahro	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
jihan puja j.	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet)
muhammad	Laki-Laki	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
Miftahul Jannah	Perempuan	<18 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
Bagas	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
Kamil	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Lisa nur aini	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Andini	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)
Sela	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay)

Indah dwi	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
fitri dwi handayani	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Melisa	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Dewi Puspita	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
arifin	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	QRIS
Aldi	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
husen fauzi	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	Rp. 1.000.000,- sampai Rp. 1.500.000,-	QRIS
Vinkaa	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Mita	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Adi Kusuma	Laki-Laki	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
febryna	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Anggita Rani	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
homsatul	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)

Valen	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Kirana	Perempuan	<18 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	QRIS
Basri	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Ika Aprilia	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet)
Selvi	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Nanda	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Bayu Aria Pratama	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Rinda Dwi Puji	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Mila Rosa	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Nur Aini	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Keinara	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Linda wahyu	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Muhamad Roky	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Nadia	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)

Hilda	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Sila	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Dwi Handayani	Perempuan	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Muhammad Jaya	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sarjana 1 (S1)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Habibah	Perempuan	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Arin	Perempuan	<18 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	E-Wallet (Dana, OVO, GoPay, Shopepay)
Putri Anggraini	Perempuan	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	QRIS
Muhammad Anam	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	QRIS
Alif	Laki-Laki	18-22 Tahun	Lainnya	< Rp. 500.000,-	Kartu Debit / Kredit (Pembayaran dengan Kartu melalui Internet)
Zainal	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	M-Banking (BCA Mobile, Livin by Mandiri, BRImo)
Lihin	Laki-Laki	18-22 Tahun	Sekolah Menengah Atas (SMA)	< Rp. 500.000,-	QRIS

Lampiran 9

TABULASI DATA

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
5	5	3	3	5	5	5	4	35	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	37
4	5	3	4	5	5	4	4	34	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	36
4	4	5	4	3	3	5	5	33	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	35
5	4	4	3	4	4	5	3	32	3	3	3	4	4	5	3	5	5	3	30
4	4	3	5	3	3	3	5	30	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	30
4	5	5	4	3	5	3	4	33	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	35
3	3	3	3	3	5	3	4	27	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	37
5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	33
4	5	5	4	3	4	4	5	34	3	4	5	4	3	4	5	3	5	4	31
5	3	4	4	4	3	5	5	33	4	5	4	4	4	5	3	5	5	4	34
5	3	4	4	5	3	4	5	33	5	3	4	3	5	4	4	5	5	4	33
5	4	5	3	4	4	5	5	35	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	5	5	5	36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	5	5	3	4	4	4	34	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	36
5	5	3	5	5	5	5	4	37	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	36
4	5	5	4	4	5	4	5	36	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	38
5	4	3	3	3	3	3	4	28	5	5	3	3	4	5	4	3	4	5	32
4	5	3	4	3	3	5	3	30	5	4	4	5	4	3	5	3	3	3	33
3	3	3	3	5	5	5	5	32	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	30
4	5	3	3	4	5	5	4	33	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	38
5	3	3	3	4	5	5	4	32	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	33
3	3	3	4	3	3	3	3	25	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	29

3	3	3	4	4	4	4	4	29	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	32
4	5	5	3	4	3	4	4	32	5	4	4	3	5	4	4	3	3	3	32
3	4	3	3	4	3	4	5	29	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	33
3	3	4	3	3	4	3	3	26	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	31
5	5	4	4	5	5	5	4	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	4	5	5	5	4	37	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	4	5	4	5	5	4	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	4	38	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	37
5	5	5	5	4	5	4	3	36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	5	4	4	5	5	5	4	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	38
5	5	5	3	5	5	5	5	38	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	37
5	5	5	4	4	4	5	4	36	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	37
5	4	5	3	4	4	5	4	34	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	34
5	4	5	5	4	5	5	4	37	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	37
3	5	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	3	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	27
5	4	5	4	4	3	4	3	32	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	33
5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	5	5	4	4	5	4	4	5	36	36
5	4	4	4	4	4	5	4	34	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	33
5	4	5	4	4	4	3	5	34	5	3	5	4	5	4	5	4	4	4	35
5	5	3	3	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	38
1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	38
4	5	5	3	5	5	5	5	37	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	37

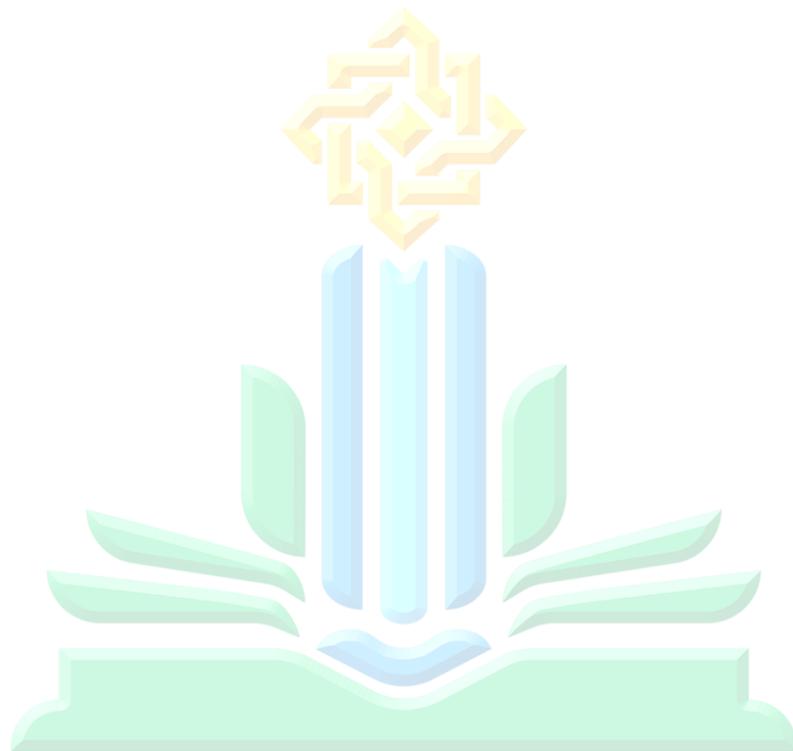
4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	3	3	3	27	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	28
4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	3	3	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	3	4	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	34
5	5	5	3	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	4	5	4	5	5	5	38	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	4	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TOTAL Y
3	3	3	5	3	3	20	5	5	4	3	4	4	5	5	35
5	5	4	3	4	4	25	5	4	4	3	4	5	5	4	34
5	5	3	5	5	5	28	5	5	3	3	3	4	3	3	29
5	4	5	3	3	3	23	5	4	5	3	5	3	5	4	34
5	4	4	3	3	3	22	4	5	4	4	3	3	5	5	33
5	3	4	3	4	3	22	5	4	4	3	5	4	5	4	34
5	5	4	4	3	3	24	5	4	3	5	5	5	3	3	33
5	5	3	3	3	4	23	5	4	3	5	3	4	4	4	32
5	5	5	5	3	5	28	5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	3	4	25	5	5	5	4	5	4	4	4	36

4	4	5	5	4	4	26	4	5	3	4	5	5	4	4	34
5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	5	4	3	4	25	5	4	3	4	5	5	3	4	33
5	4	4	4	4	4	25	4	4	3	5	5	4	5	4	34
5	4	4	4	4	4	25	5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	4	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	5	5	34
5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	5	4	4	4	3	24	5	4	4	4	5	4	5	5	36
4	4	5	5	5	4	27	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	4	5	27	5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	4	4	5	5	4	27	3	5	4	4	5	5	4	4	34
3	3	5	5	5	5	26	4	5	5	4	5	4	4	4	35
1	1	2	1	2	1	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	4	4	5	3	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	3	5	28	5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	4	5	39
3	3	5	4	5	5	25	5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	3	5	5	5	5	26	5	4	5	5	5	5	5	5	34
3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	4	4	3	30
5	4	4	5	5	5	28	5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	4	4	5	5	5	28	5	5	4	5	5	4	5	4	37
4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	5	4	5	5	5	39

4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	4	4	4	5	5	25	5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	5	5	4	5	4	27	4	5	3	5	5	5	5	5	37
4	3	5	4	5	5	26	5	5		5	4	5	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	5	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	5	26	4	5	5	5	5	5	5	4	38
5	4	4	4	4	5	26	5	5	3	4	5	4	5	4	35
5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	4	4	4	35
5	4	5	4	4	5	27	5	4	3	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	4	5	4	37
3	5	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	4	5	4	5	5	38
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	4	5	4	38
3	5	5	5	5	4	27	5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	3	5	3	5	26	5	5	5	5	5	5	4	4	38
3	3	3	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	3	3	36
3	3	3	5	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	3	5	4	5	25	4	4	5	5	5	5	5	5	38

3	5	3	5	5	5	26	5	3	5	4	5	5	5	5	37
3	4	3	5	3	5	23	5	5	3	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	4	4	4	33



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

X1. 8	Pearson Correlation	.541**	.476**	.563**	.400**	.555**	.576**	.633**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO TA LX1	Pearson Correlation	.811**	.784**	.757**	.645**	.799**	.816**	.831**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										



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

2. Uji Validitas X2

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.576**	.526**	.592**	.602*	.532**	.409**	.463*	.496**	.553**	.776**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.576**	1	.544**	.615**	.515*	.508**	.387**	.500*	.586**	.596**	.755**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.526**	.544**	1	.612**	.575*	.542**	.503**	.425*	.657**	.537**	.757**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.592**	.615**	.612**	1	.664*	.532**	.398**	.621*	.584**	.643**	.816**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.602**	.515**	.575**	.664**	1	.583**	.416**	.673*	.646**	.677**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.532**	.508**	.542**	.532**	.583*	1	.389**	.534*	.601**	.600**	.758**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	99	99	99	99	99	99	98	99	99	99	99
X2.7	Pearson Correlation	.409**	.387**	.503**	.398**	.416*	.389**	1	.322*	.426**	.503**	.629**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	.001	<,001	<,001	<,001
	N	99	99	99	99	99	98	99	99	99	99	99
X2.8	Pearson Correlation	.463**	.500**	.425**	.621**	.673*	.534**	.322**	1	.626**	.638**	.749**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	.001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.496**	.586**	.657**	.584**	.646*	.601**	.426**	.626*	1	.694**	.754**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.553**	.596**	.537**	.643**	.677*	.600**	.503**	.638*	.694**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
TOTAL X2	Pearson Correlation	.776**	.755**	.757**	.816**	.818*	.758**	.629**	.749*	.754**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

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

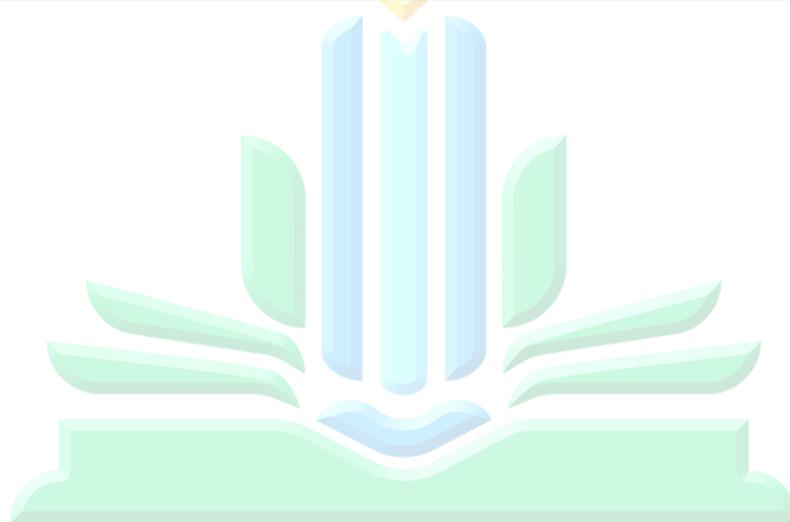
3. Uji Validitas X3

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTALX 3
X3.1	Pearson Correlation	1	.521**	.273**	.217*	.170	.338**	.634**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.006	.030	.091	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.521**	1	.198*	.409**	.258**	.342**	.671**
	Sig. (2-tailed)	<,001		.048	<,001	.009	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.273**	.198*	1	.284**	.292**	.341**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.006	.048		.004	.003	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.217*	.409**	.284**	1	.516**	.688**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.030	<,001	.004		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.170	.258**	.292**	.516**	1	.524**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.091	.009	.003	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.338**	.342**	.341**	.688**	.524**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOT ALX 3	Pearson Correlation	.634**	.671**	.783**	.752**	.666**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

4. Uji Validitas Y

Correlations										
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TOTALY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.353**	.383**	.648**	.605**	.537**	.375**	.467**	.742**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.353**	1	.398**	.343**	.334**	.344**	.522**	.270**	.609**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	.007	<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.383**	.398**	1	.454**	.407**	.343**	.468**	.471**	.676**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	99	99	99	99	99	99	98	99	99
Y1.4	Pearson Correlation	.648**	.343**	.454**	1	.585**	.625**	.360**	.493**	.768**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.605**	.334**	.407**	.585**	1	.658**	.453**	.463**	.775**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.537**	.344**	.343**	.625**	.658**	1	.389**	.514**	.742**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.375**	.522**	.468**	.360**	.453**	.389**	1	.542**	.714**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001

	N	99	99	98	99	99	99	99	99	99
Y1.8	Pearson Correlation	.467**	.270**	.471**	.493**	.463**	.514**	.542**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.007	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
TOT ALY	Pearson Correlation	.742**	.609**	.676**	.768**	.775**	.742**	.714**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	99	100	100	100	99	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										



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

B. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

2. Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	10

3. Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	6

4. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	8

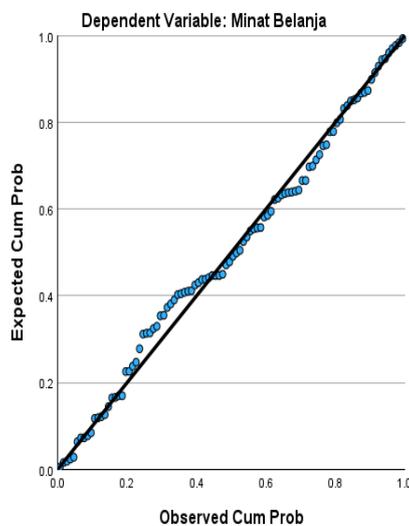
C. Uji Normalitas

1. Uji Normalitas Metode One Sample Kolmogrof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39385287
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.054
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Normalitas Metode Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



D. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.749	1.896		1.977	.051		
	Literasi Keuangan	.240	.101	.259	2.377	.019	.230	4.349
	Digital Payment	.346	.108	.366	3.205	.002	.210	4.773
	Sikap Keuangan	.410	.119	.296	3.438	<.001	.369	2.709

a. Dependent Variable: Minat Belanja

E. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.835	1.159		3.310	.001
	Literasi Keuangan	-.143	.062	-.475	-2.328	.022
	Digital Payment	.058	.066	.188	.877	.383
	Sikap Keuangan	.034	.073	.075	.465	.643

a. Dependent Variable: ABS_RES

F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.749	1.896		1.977	.051
	Literasi Keuangan	.240	.101	.259	2.377	.019
	Digital Payment	.346	.108	.366	3.205	.002
	Sikap Keuangan	.410	.119	.296	3.438	<.001
a. Dependent Variable: Minat Belanja						

G. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.749	1.896		1.977	.051
	Literasi Keuangan	.240	.101	.259	2.377	.019
	Digital Payment	.346	.108	.366	3.205	.002
	Sikap Keuangan	.410	.119	.296	3.438	<.001
a. Dependent Variable: Minat Belanja						

H. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1595.427	3	531.809	89.991	<,001 ^b
	Residual	567.323	96	5.910		
	Total	2162.750	99			
a. Dependent Variable: Minat Belanja						
b. Predictors: (Constant), Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, Digital Payment						

I. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.729	2.43097
a. Predictors: (Constant), Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, Digital Payment				

Lampiran 11

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI



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

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



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Alviatus Soleha
NIM : 212105010062
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment , dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja Online Dalam Konteks Frugal Living di Jember.

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

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 Mei 2025
Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



SEURAT SELESAI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Alviatus Soleha
NIM : 212105010062
Semester : VIII

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

Jember, 26 Mei 2024
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,


ANA PRATIWI, M.S.A.

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



Lampiran 13

BIODATA PENULIS



Nama : Alviatus Soleha
Nim : 212105010062
Agama : Islam
Alamat : Dusun Sumbertengah Desa Mumbulsari Kecamatan
Mumbulsari Kabupaten Jember
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : UIN KH. Achmad Siddiq Jember
Email : alviatussoleha705@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN Mumbulsari 03 :2009-2015
2. SMPN 01 Mumbulsari :2015-2018
3. SMK Kartini Jember :2018-2021
4. UIN KH. Achmad Siddiq Jember :2021-2025