

**ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 DAN MINAT BELANJA MAHASISWA
TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET* (SHOPEEPAY) STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun Guna : Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 Ekonomi Islam



Oleh :

Muhammad Ilham Setiyawan

NIM. 1805026147

**EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2022**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar Hal

: Naskah Skripsi

An.Sdr. Muhammad Ilham Setiyawan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Muhammad Ilham Setiyawan

NIM : 1805026147

Jurusan : S1 Ekonomi Islam

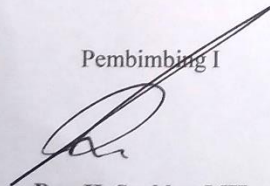
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 DAN MINAT BELANJA MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET (SHOPEEPAY) STUDI KASUS MAHASISWA FEBI UIN WALISONGO SEMARANG**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segra dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

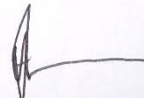


Drs. H. Saekhu, MH.

NIP. 19690120 199403 1 004

Semarang, 18 Mei 2022

Pembimbing II



Elysa Najachah, S.E.I.,M.A.

NIP. 199107192019032017



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Muhammad Ilham Setiawan

NIM 1805026147

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 dan Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : **8 Juni 2022**, dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam ilmu Ekonomi Islam..

Semarang, 8 Juni 2022

Ketua Sidang

H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.
NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji I

Drs. Zaenuri, MH.
NIP. 19610315 199703 1 001

Pembimbing 1

Drs. H. Saekhu, MH.
NIP. 19690120 199403 1 004

Sekretaris Sidang,

Drs. H. Saekhu, MH.
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji II

Prof. Dr. Mujiyono, MA.
NIP. 19590215 198503 1 005

Pembimbing 2

Elysa Najachah, S.E.I., M.A.
NIP. 199107192019032017



MOTTO

The Art of My Life is Giving
Memberi Adalah Gaya Hidupku

~Prof. Dr. Mujiyono, MA~

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya

Bapak Bambang Purwanto dan Ibu Yatimah

Beliau adalah sosok yang sangat berharga dalam hidupku.

Dengan segala kerendahan hati, dan rasa percaya diri, kupersembahkan karya tulis ini kepada Bapak dan Ibu. Merekalah yang selalu mensupportku, menyayangiku, dan membesarkanku, terima kasih atas segalanya. Semoga dengan selesainya skripsi ini, Allah meridhoi segala ilmuku, dan selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu.

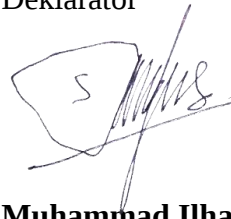
Amiin..

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain melainkan karya saya sendiri. Demikian juga pendapat atau karya orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dirujuk atau dikutip berdasarkan referensi yang dijadikan bahan rujukan

Semarang, 08 Juni 2022

Deklarator

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'S' followed by a stylized, cursive name.

Muhammad Ilham Setiyawan

NIM. 1805026147

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman penulisan transliterasi huruf Arab ke huruf Latin dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	t}
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

ã = a panjang

î = i panjang

û = u panjang

Bacaan Diftong:

au = اُوْ

ai = اِيْ

iy = اِيْ

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memberikan berbagai dampak kepada masyarakat luas. Hal ini karena penyebaran virus yang sangat mudah, maka berbagai upaya dilakukan untuk memutus penyebaran virus, termasuk mengurangi penggunaan uang kertas. *E-wallet* yang merupakan dompet digital yang dapat berfungsi sebagai alat transaksi berbelanja banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengaruh pandemi Covid-19 dan minat belanja mahasiswa terhadap penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan yang disebar kepada mahasiswa FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay yang berjumlah 96 responden. Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel X1 pandemi Covid-19 dan variabel X2 minat belanja mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

Hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS nilai F hitung $14,961 > f$ tabel 3,09 dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Adapun hasil uji t kepada seluruh variabel X menyatakan bahwa seluruh variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay, dibuktikan variabel X1 pandemi Covid-19 mendapat nilai t hitung $2,259 > 1,985$ t tabel dengan nilai signifikansi $0,026 > 0,05$, dan variabel X2 minat belanja mahasiswa mendapat nilai t hitung $3,099 > 1,985$ t tabel dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$.

Kata Kunci : *Pandemi Covid-19, Minat Belanja Mahasiswa, Penggunaan E-wallet ShopeePay.*

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had various impacts on society at large. Due to the very easy spread of the virus, various efforts were made to stop the spread of the virus, including reducing the use of paper money. So there is an e-wallet which is a digital wallet that can function as a shopping transaction tool for many people. This study aims to examine the relationship between the influence of the Covid-19 pandemic and student spending interest in using the ShopeePay e-wallet.

The researcher used a questionnaire by distributing several statements filled out by FEBI (Faculty of Islamic Economics and Business) students who used the ShopeePay e-wallet. The researcher in determining the population sample to test the data uses the Simple Random Sampling method, while in determining the number of samples, the researcher uses the Slovin formula to obtain a sample of 96 respondents. Researchers in data analysis using descriptive analysis which explains the results of calculations if the data using the SPSS application.

The results of this study explain that the X1 variable during the Covid-19 pandemic and the X2 variable interest in student spending have a significant effect on the Y variable using the ShopeePay e-wallet. The results of data processing using the SPSS application, the calculated F value is $14,961 > f \text{ table } 3.09$ with a significance value of $0.003 < 0.5$. The results of the t test for all X variables stated that all X variables had a positive effect on Y variable using ShopeePay e-wallet, it was proven that the X1 Covid-19 pandemic variable got a t value of $2,259 > 1,985$ t table with a significance value of $0.026 > 0.05$, and variable X2 student spending interest has a t-count value of $3.099 > 1.985$ t table with a significance value of $0.003 < 0.05$.

Keywords: *Covid-19 Pandemic, Student Shopping Interest, Use of ShopeePay E-wallet.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puja puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 dan Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *E-wallet* (ShopeePay) Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang”. Penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program pendidikan S1 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Peneliti menyadari bahwa terelesaiannya skripsi ini karena *ridha* Allah dan adanya bantuan do'a serta dukungan yang penuh dengan motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Drs. H. Saekhu, MH. Pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Elysa Najachah, S.E.I.,M.A. Pembimbing II penulis yang telah meluangkan banyak sekali waktu, membimbing dan mengarahkan dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Segenap Dosen pengajar jurusan S1 Ekonomi Islam serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah mencurahkan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman kelas EI-D 2018 yang telah menemani saya dalam menimba ilmu dari mahasiswa baru hingga lulus di UIN Walisongo Semarang.
7. Teman-teman Sansaja 18 yang selalu mewarnai 4 tahun hidup saya di Semarang.

8. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyusun skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan memperoleh balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas do'a, saran dan kritik yang membangkitkan karena hal itu akan menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang-orang yang membacanya, Aamiin.

Semarang, 18 Mei 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'S' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

Muhammad Ilham Setiyawan

NIM. 1705036147

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
DEKLARASI	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Kepenulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
__2.1.1 Pandemi Covid-19	8
__2.1.2 Minat Belanja	16
__2.1.3 E-wallet	20
2.2 Kerangka Teori	28
2.3 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
__3.1.1 Populasi	30
__3.1.2 Sampel	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Variabel Penelitian	33

3.6	Definisi Operasional	33
3.7	Teknis Analisis Data	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	35
3.7.3	Uji Asumsi Kalsik.....	35
3.7.4	Uji Normalitas.....	35
3.7.5	Uji Multikolinieritas.....	36
3.7.6	Uji Heteroskodastisitas	36
3.7.7	Uji Regresi Linear Berganda.....	36
3.7.8	Uji Hipotesis	37
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	39
4.2	Gambaran Umum Responden	40
4.3	Hasil Penelitian	42
4.3.1	Uji Validitas	42
4.3.2	Uji Reliabilitas	44
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.4	Uji Regresi Linier Berganda	48
4.3.5	Uji Hipotesis	50
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.4.1	Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan E-wallet ShopeePay.....	52
4.4.2	Pengaruh Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan E-wallet ShopeePay	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebelum Maret 2020, kehidupan penduduk Indonesia masih normal dan berjalan seperti biasanya. Namun kebiasaan warga Indonesia mulai mengalami perubahan sejak 2 Maret 2020, virus Covid-19 berasal dari Wuhan China berhasil masuk Indonesia. Kasus penularan pertama terungkap setelah pasien salah satu warga Indonesia melakukan kontak dengan negara Jepang yang setelah diperiksa warga Jepang tersebut positif Covid-19, kejadian tersebut terjadi di Depok¹. Tidak berhenti sampai di situ, penyebaran justru semakin bertambah dan semakin luas. Maka dari itu presiden RI mengupayakan pencegahan penyebaran virus ini dengan membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, satuan gugus depan tersebut disahkan pada keputusan presiden RI No.7 Tahun 2020².

Salah satu penyebab penyebaran virus ini terjadi karena adanya kontak langsung antar manusia. Salah satunya adalah sistem pernafasan. Oleh karenanya pemerintah melarang kegiatan dan aktivitas yang dapat menimbulkan kerumunan. Tidak hanya lembaga pendidikan, akan tetapi tempat-tempat umum seperti mall, tempat hiburan sempat ditutup. Lembaga pendidikan merubah sistem pembelajaran dengan menggunakan daring (dalam jaringan). Salah satu lembaga yang menerapkan aturan tersebut adalah UIN Walisongo

Beberapa kota di Indonesia ditetapkan sebagai zona merah yang berarti daerah yang tingkat penyebaran Covid-19 sangat tinggi, sehingga mobilitas masyarakat dibatasi. Selain menaati peraturan, para penduduk enggan keluar rumah karena khawatir tertular virus tersebut, oleh karenanya penduduk menggunakan transaksi online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk belanja online.

¹<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5781536/kapan-covid-19-masuk-ke-indonesia-begini-kronologinya> diakses 8 Desember 2021

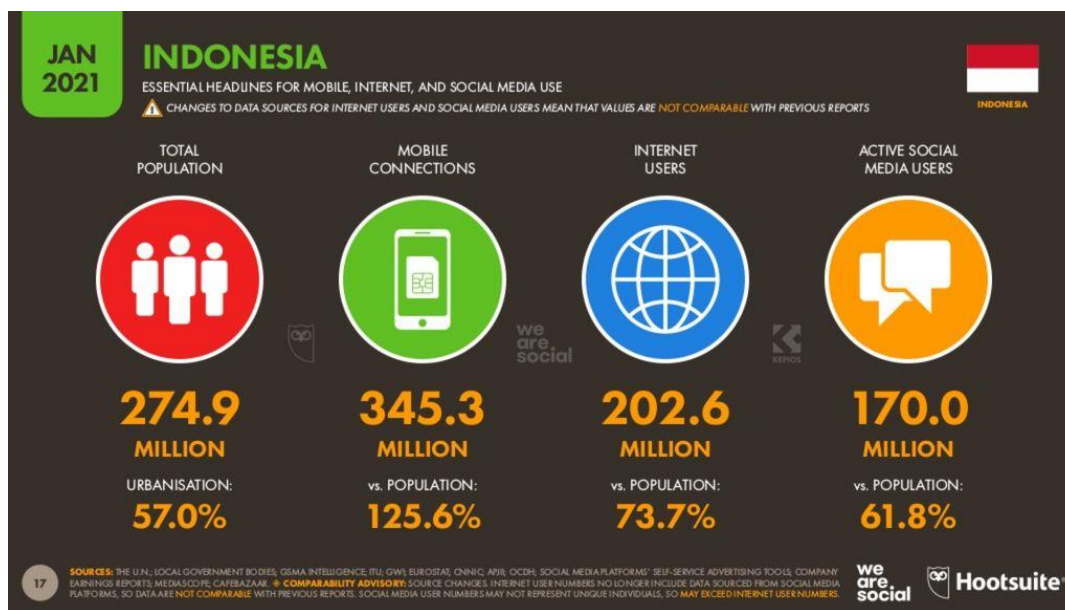
² Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, 2020, *Protokol Percepatan Penanganan Pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2019)*, hlm. 3

Kegiatan belanja online pada masa pandemi meningkat 21% dalam sebulan dibanding belanja online dimasa sebelum pandemi³. Dengan meningkatnya belanja online, para ecommerce bersaing menerbitkan *e-wallet* yang mudah dan praktis. Mahasiswa yang basisnya mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi merupakan target kosumen dari produk *e-wallet* tersebut. *E-wallet* merupakan salah satu metode pembayaran berbasis *fintech* finansial technology yang dapat digunakan dengan menggunakan jaringan internet.

Masyarakat sering belanja online bukan hanya karena mereka butuh akan barang tersebut, bahkan sering terjadi seseorang membeli barang yg tidak dibutuhkan di *markaetplace*, karena kemudahan dan kelengkapan fitur yang ditawarkan *marketplace* sangat menarik. Tidak hanya itu, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh pengguna smartphone di Indonesia kian tahun semakin melesat tinggi, data pengguna *smartphone* dapat dilihat pada data dari Hootsuite (we are social) dibawah⁴ :

Gambar 1.1

Data Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber : www.hootsuite

³ Alvin, Edgar Pramana, dkk, 2021, *Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19*, Surabaya, Jurnal Teknoifo, Vol. 15, No. 1, hlm. 35

⁴ *Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, Di akses, 1 Maret 2022

Data diatas menjelaskan berapa pengguna mobile di Indonesia. Populasi penduduk Indonesia sebesar 274,9 juta. 345,3 juta adalah pengguna mobile unik atau 125,6% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia. 202,6 juta adalah pengguna internet atau 73,3% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia. 170 juta adalah pengguna media sosial aktif atau 61,8% dari seluruh populasi di Indonesia.

Pertumbuhan jumlah pengguna mobile di Indonesia akan berorientasi positif dengan adanya *e-money* atau *e-wallet*, karena penggunaan *e-wallet* lebih mudah dan efisien menggunakan smartphone. Daripada menggunakan uang kartal yang lebih membutuhkan tempat penyimpanan, hal ini jelas akan merepotkan seorang ketika ingin belanja barang harga mahal. Tidak hanya itu dengan menggunakan *e-wallet*, dapat mengurangi potensi akan penyebaran uang palsu hal tersebut karena *e-wallet* tidak membuat pengguna untuk mengeluarkan uang secara fisik, cukup dengan membuka aplikasi merchant *e-wallet* tersebut klik bayar lalu saldo akan berkurang otomatis. Cara kerja *e-wallet* sama seperti dengan mobile banking. Sebenarnya *e-money* sedikit berbeda dengan *e-wallet*, meski sama-sama tidak menggunakan uang secara fisik, *e-wallet* tidak memerlukan media atau chip untuk penyimpanan dan penggunaannya. *E-wallet* merupakan bentuk dari revolusi dari *e-money* dengan memfasilitasi pengguna agar lebih efisien dan cepat dalam bertransaksi.

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang berdampak pada sistem transaksi jual beli lalu manusia berhasil menciptakan sistem pembayaran online. Kemudahan dan efisiensi transaksi berhasil meningkatkan minat belanja konsumen. Minat belanja adalah kemungkinan dan potensi seorang memilih untuk melakukan pembelian dengan mencari informasi suatu produk⁵. Mahasiswa merupakan konsumen yang sangat mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, maka dari itu dengan fitur *e-wallet* yang memudahkan transaksi dapat mempengaruhi minat belanja mahasiswa. Namun tidak semua mahasiswa memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan *e-wallet*, dan tidak semua mahasiswa memiliki tingkat minat belanja yang tinggi.

Fenomena perkembangan *fintech* ini sudah terbukti nyata di kehidupan masyarakat sehari-hari. Namun dalam penggunaannya belum diketahui secara empiris seberapa merata penggunaan *e-wallet* pada kehidupan mahasiswa. Seperti halnya penggunaan *e-money*

⁵ Nanda Bella Fidanty Shahnaz, et al, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online*, Management Analysis Journal : Universitas Negeri Semarang, hlm. 392

yang sudah merata oleh mahasiswa, seperti kartu ATM yang dari awal diberikan kepada mahasiswa baru dari pihak kampus, maka kegiatan akademik yang bersifat administratif dapat dilakukan dengan fitur yang ditawarkan *penerbit e-money*. Ketika penggunaan *e-wallet* telah merata oleh mahasiswa, baik dari pihak kampus, UKM di sekitar kampus, dan transaksi online lainnya dapat memanfaatkan fitur dari *e-wallet* (ShopeePay) untuk lebih memudahkan mahasiswa dan mengingat efesisiensi *e-wallet* sangatlah mudah.

Shopee bukanlah pemain merchant baru, Shopee merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2015, di Taiwan⁶. Shopee perusahaan yang mulanya berfokus pada belanja online, dan hingga kini terjun di dunia keuangan dengan produknya SeaBank. Untuk meningkatkan omset penjualan *marketplace*, Shopee menerbitkan *e-wallet* yang bernama ShopeePay. Seorang bisa saja memiliki beberapa merchant toko online dalam smartphonenya, Shopee merupakan salah satu ecommerce terfavorit di Indonesia, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah⁷ :

Gambar 1.2

Data E-commerce Terbaik di Indonesia

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1  Shopee	93,440,300	#1	#1	320,800	4,851,200	17,841,400	5,100
2  Tokopedia	86,103,300	#2	#3	445,100	1,780,500	6,377,800	4,100
3  Bukalapak	35,288,100	#4	#4	188,600	1,060,900	2,482,800	2,400
4  Lazada	22,021,800	#3	#2	391,800	2,014,000	29,880,700	3,100
5  Blibli	18,307,500	#6	#6	501,600	1,255,600	8,591,600	1,800
6  JD ID	9,301,000	#8	#7	30,900	476,300	763,200	1,000
7  Orami	4,176,300	#33	#25	6,000	n/a	354,400	168
8  Bhinneka	3,804,800	#20	#21	69,400	41,400	1,053,200	603
9  Zalora	2,334,400	#5	#8	n/a	557,200	7,827,800	535
10  Matahari	2,197,200	#9	n/a	96,200	140,000	1,599,100	698

Sumber : *www.Konsumen Digital*

⁶ Berdirinya Shopee, <https://careers.Shopee.co.id/about> di akses, 1 Maret 2022, 19:47.

⁷ Peringkat Juara 1-10 Website, Situs Toko Online dan Ecommercer Indonesia 2020 , <https://www.konsumendigital.com/2019/04/inilah-45-daftar-website-situs-toko.html>, di akses, 1 Maret 2022, 20:18.

Kesuksesan Shopee sebagai ecommerce terbaik disebabkan banyak faktor. 93 juta pengunjung perbulan merupakan jumlah yang sangat besar, salah satu faktor yang mempengaruhi minat belanja seorang adalah kualitas website. Ketika seorang tidak memiliki smartphone maka website adalah alternatif yang baik, tanpa aplikasi konsumen tetap melakukan transaksi belanja online. Kualitas website adalah media dari alat browser yang dapat digunakan konsumen dalam memperoleh informasi dengan mudah, baik informasi yang dicari adalah suatu produk, jasa, atau kebutuhan lainnya.⁸ Dengan ini Shopee merupakan ecommerce yang patut untuk diteliti penyebab Shopee dapat menjadi ecommerce no 1. Adanya pandemi yang penyebarannya sangat mudah hampir setiap media dapat menjadi tempat penularan covid-19 termasuk uang dan minat belanja konsumen khususnya mahasiswa sebagai hal yang mempengaruhi pengguna Shopee khususnya *e-wallet* ShopeePay.

Perkembangan Shopee pada tahun 2020 sangatlah pesat, bahkan dapat memposisikan di peringkat pertama situs toko online paling ramai dikunjungi. Grafik diatas juga dapat menunjukan besar minat belanja warga Indonesia dalam belanja online. tahun 2020 juga merupakan tahun Covid-19 menyebar di Indonesia. Ditahun yang sama peningkatan Shopee dan Covid-19 menyebar, maka dari itu peneliti ingin membuktikan apakah peningkatan Shopee ada kaitannya dengan efek dari Pandemi Covid-19. Disamping itu, peneliti juga ingin membuktikan apakah *e-wallet* ShopeePay meningkat seiring meningkatnya pengguna Shopee mengingat Shopee merupakan tempat orang yang berbelanja online, yang artinya tingkat minat belanja berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

Penelitian ini memiliki subjek penelitian mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang, hal ini diharapkan penulis tau tentang bagaimana sikap mahasiswa dalam perkembangan *fintech* tersebut khususnya pada penggunaan *e-wallet*. Apakah dampak dari pandemi Covid-19 berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* ?. Berdasarkan dari data dari hasil penelitian sebelumnya kegiatan belanja online melonjak naik saat pandemi. Dan apakah pengaruh dari minat belanja mahasiswa berpengaruh pada penggunaan *e-wallet*?. Karena penggunaan ecommerce yang meningkat sudah semestinya

⁸ Shanaz, *Faktor...*, hlm. 392

permasalahan ini diteliti apakah salah satu produk yang mereka keluarkan seperti *e-wallet* (ShopeePay) juga ikut meningkat? Maka dari itu skripsi ini memiliki judul Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Dan Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *E-wallet* (ShopeePay) Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimna pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?
2. Bagaimana pengaruh minat belanja terhadap penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang ?
3. Bagaimana pengaruh pandemi Covid-19 dan minat belanja bersama-sama mempengaruhi penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Walisongo Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penggunaan *e-wallet* (Shopee Pay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
2. Mengetahui pengaruh minat belanja terhadap penggunaan *e-wallet* (Shopee Pay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Mengetahui pengaruh pandemi Covid-19 dan minat belanja bersama-sama mempengaruhi penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian skripsi ini dapat memberikan 2 manfaat secara praktis dan teoritis :

1. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai rujukan dalam rangka pengembangan penelitian di masa mendatang.

2. Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan keilmuan agar mampu meningkatkan tingkat kualitas kampus.

3. Umum

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak umum terkait penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) sebagai transaksi online dalam rangka peningkatan omzet penjualan.

1.5 Sistematika Kepenulisan

Penelitian untuk mendapatkan ini atau penulisan skripsi ini berjudul “Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Dan Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *E-wallet* (Shopee Pay Dan) Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang” memiliki sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika kepenulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasasn teori tentang materi peneitian ini : Covid-19, dampak pandemi, minat belanja, *e-wallet*, ShopeePay, juga terdapat penelitian terdahulu dan hipotesis dari permasalahan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian kuantitatif, dan jenis data yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan bagaimana peneliti menganalisis data dan metode sert alat pengolahan datanya, hingga hasil analisis data tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini berisikan kesimpulan hasil penelitian skripsi, dan kritik saran. Halaman terakhir berisikan daftar pustaka dan lampiran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pandemi Covid-19

1) Pandemi

Pandemi adalah wabah penyakit yang menjangkit pada satu waktu dimana-mana mencakup geografis yang luas.⁹ Pada tahun 2019 merupakan awal dimana wabah virus Covid-19 menyebar. Bermula hanya menjadi wabah di daerah Wuhan, China, namun ternyata wabah ini diluar dugaan dan mampu menyebar ke seluruh penjuru dunia hingga masuk Indonesia ditahun 2020. Menurut peraturan menteri pertahanan, pandemi adalah wabah penyakit menular yang berjangkit serempak meliputi dan melintasi batas wilayah geografis antar beberapa dan banyak negara..¹⁰ Covid-19 secara resmi diumumkan sebagai wabah pandemi global oleh WHO (World Health Organization) dimulai pada tanggal 9 Maret 2020.¹¹

Walaupun virus ini telah menjadi pandemi dan menyebar keseluruh dunia, yang dikhawatirkan bukanlah betapa besar memamatikannya virus Covid-19 namun gejala yang diakibatkannya pada orang-orang yang berisiko seperti orang lanjut usia dan yang memiliki riwayat penyakit. Disamping itu, virus ini dijadikan pandemi juga karena tingkat penyebarannya yang sangat mudah dan cepat.

Pandemi Covid-19 yang telah terjadi merupakan sebuah fenomena yang dapat dipandang dari berbagai sisi, salah satunya dengan pandangan filsafat. Pandangan filsafat dalam merespon adanya pandemi dapat menjelaskan bagaimana langkah yang akan diambil selanjutnya. Disamping pandangan filsafat untuk mencari kebenaran suatu, juga dapat menjadi salah satu sudut pandang dalam

⁹ Pandemi, <https://kbbi.web.id/pandemi>, diakses 6 Januari 2021

¹⁰ Peraturan Menteri Pertahanan republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014, *Pelibatan Satuan Kesehatan Kementerian Pertahanan Dan Tentara Nasional Indonesia Dalam Pengendalian Zoonosis*, Bab 1, Pasal 1

¹¹ Tanya Jawab, <https://covid19.go.id/tanya-jawab?search=Apa%20yang%20dimaksud%20dengan%20pandemi>, diakses 6 Januari 2021

proses menyelesaikan suatu masalah.¹² Pandemi Covid-19 dapat dilihat dengan tuga sudut pandangan filsafat yaitu :

Ontologi, pandemi yang menimbulkan dampak negatif akan membuat banyak orang bertanya pada fenomena ini, apakah ini bentuk suatu musibah yang dapat menghancurkan banyak hal atau malah sebaliknya.¹³

Epistimologi, pandemi Covid-19 telah merubah banyak hal dalam kehidupan manusia khususnya kebutuhan manusia akan teknologi, manusia membutuhkan teknologi lebih sering dibanding kehidupan sebelum pandemi Covid-19, yang disebabkan oleh perubahan cara hidup manusia dari tatap muka hingga menjadi kebiasaan *daring* (dalam jaringan).

Aksiologi, dengan adanya efek samping dari Covid-19 yang mudah menular, membuat banyak orang meningkatkan kespiritual diri dan religiulitas diri karena panik dan khawatir akan penularan Covid-19. Dengan adanya manusia percaya dengan tuhan, mereka akan meminta perlindungan secara tidak langsung religiulitas manusia mengalami peningkatan lebih yang diakibatkan pandemi Covid-19.

2) Pandemi dalam pandangan Islam

Islam tidak hanya selalu mengatur tentang syari'at dan *ta'abbud* (beriadah) saja, Islam juga memperhatikan hal terkecil dalam kehidupan manusia sekalipun termasuk tentang kesehatan. Islam selalu mengajarkan pola hidup sehat yang berpedoman dengan sunnah nabi seperti tidak makan berlebihan, bersiwak, menjaga kebersihan, berpuasa hingga hal sepele namun besar dampaknya seperti posisi tidur miring kekanan. Islam sangat mementingkan kesehatan hal ini dapat dilihat pada *rukhsah* (kemudahan) solat dengan duduk jika seorang tersebut sakit dan tidak mampu berdiri, dibolehkannya *tayamum* (bersuci menggunakan wudhu) karena jika orang tersebut menggunakan air, sakitnya dapat bertambah parah.

¹² Himyari Yusuf, *Urgensi Filsafat Dalam Kehidupan Masyarakat Kontemporer: Tinjauan Filsafat Islam Terhadap Fungsi Moral Dan Agama*, Jurnal Theologia, Vol. 27, No. 1, 2016, hlm. 51

¹³ Mutia Agrolis, *Relasi Filsafat dengan Pandemi Covid-19?*, <https://kumparan.com/mutia-agrolis/relasi-filsafat-dengan-pandemi-covid-19-1v1ObVX5eSt/full>, Diakses, 22 Juni 2022

Pandemi merupakan wabah penularan penyakit yang sangat mudah penyebarannya, maka dari itu Islam menyuruh untuk menghindarinya seperti hadis Nabi :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الطَّاعُونَ آيَةُ الرَّجْزِ ابْتَكَى اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ بِهِ نَاسًا مِنْ عِبَادِهِ فَإِذَا سَمِعْتُمْ بِهِ فَلَا تَدْخُلُوا عَلَيْهِ وَإِذَا وَقَعَ بِأَرْضِ وَأَنْتُمْ بِهَا فَلَا تَقْرُؤُوا مِنْهُ

Artinya : *Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam* bersabda: “*Tha'un* (wabah penyakit menular) adalah suatu peringatan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala untuk menguji hamba-hamba-Nya dari kalangan manusia. Maka apabila kamu mendengar penyakit itu berjangkit di suatu negeri, janganlah kamu masuk ke negeri itu. Dan apabila wabah itu berjangkit di negeri tempat kamu berada, jangan pula kamu lari daripadanya.” (HR Bukhari dan Muslim dari Usamah bin Zaid)

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يُورَدَنَّ مُمْرَضٌ عَلَى مُصِحٍّ

Artinya : *Nabi shallallahu 'alaihi wasallam* bersabda: “*Janganlah yang sakit dicampurbaurkan dengan yang sehat.*”

Dalam hadis diatas mengajarkan pada umat islam tidak meremehkan penyakit apapun, selalu antisipasi dan berjaga-jaga sebelum penyakit menjangkit. Adanya pandemi Covid-19 adalah untuk dihadapi dengan mencegah cara penelurannya dengan cara sesuai anjuran ahli kesehatan. Salah satu strategi pemerintah Indonesia dan di seluruh dunia, vaksin dipercaya paling ampuh untuk mencegah penularan. Dalam islam yang dapat menyembuhkan hanya Allah tuhan seluruh alam, seperti dijelaskan pada hadis :

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يُعَوِّذُ بَعْضَ أَهْلِهِ، يَمْسَحُ بِيَدِهِ الْيُمْنَى وَيَقُولُ: اللَّهُمَّ رَبَّ النَّاسِ أَذْهَبِ النَّاسَ، اشْفِهِ وَأَنْتَ الشَّافِي، لَا شِفَاءَ إِلَّا شِفَاؤُكَ، شِفَاءٌ لَا يُعَادِرُ سَقَمًا. رواه البخاري.

Artinya : *Dari Aisyah bahwa Rasulullah memohonkan perlindungan kepada sebagian keluarganya. Beliau mengusap dengan tangan kanan sambil berdoa: 'Ya Allah, Tuhan manusia, lenyapkanlah penyakitnya, sembuhkanlah ia, Engkau maha Penyembuh, tidak ada obat kecuali obat dari-Mu, obat yang tidak menyebabkan sakit lagi.' (HR Bukhari)*

Vaksin adalah sebagai perantara, sarana seorang berikhtiar untuk mencapai kesehatan sedangkan menyembuhkan adalah Allah. Apapun obatnya dan metode pengobatannya, tetap Allah adalah dzat yang menyembuhkan segala penyakit.

3) Covid-19

Nama asli virus Covid-19 adalah *Coronavirus Diase*, berasal dari pasar ikan di kota Wuhan, China. Penyebab utamanya virus ini berasal belum bisa dipastikan, namun diduga virus ini berasal dari hewan kelelawar yang kemudian menginfeksi manusia. Mulanya laporan penyebaran berada di provinsi Hubei dan sekitarnya, hingga menyebar keseluruh China. Tercatat sudah 7.736 kasus terkonfirmasi positif Covid-19 di China juga 86 kasus lain tersebar di beberapa negara seperti Thailand, Malaysia, Nepal, Taiwan, Sri Lanka, Korea, Kamboja, Arab Saudi, Korea Selatan, Filipina, India, Jerman dan Kanada¹⁴.

Transmisi penyebaran Covid-19 adalah dari manusia ke manusia, sehingga membuat tingkat penyebarannya sangat kuat karena kehidupan manusia sangat bersosial. Setelah diteliti Covid-19 penyebarannya menginfeksi saluran cerna, sehingga sangat mudah bertransmisi lewat udara bisa dengan kontak tubuh, bersin, saling lawan bicara dan lewat bernapas.¹⁵

4) Efek Pandemi Covid-19

Penyebaran Covid-19 yang sangat cepat, menimbulkan seluruh elemen masyarakat resah dan khawatir akan bahaya virus ini. Dalam rangka mencegah penularan Covid-19, pemerintah selalu menghimbau untuk selalu menerapkan protokol kesehatan, meliputi; memakai masker, mencuci tangan, dan jaga jarak. Hal ini menyebabkan adanya kebijakan dan peraturan baru setiap negara di seluruh dunia. Adapun kebijakan tersebut meliputi : larangan adanya kerumunan, pembatasan mobilitas masyarakat dimulai dari keluar rumah hingga larangan keluar daerah. Pandemi Covid-19 ini setidaknya berdampak secara domino atau multi krisis pada enam sisi sektor sebagai berikut :

1. Kesehatan

Penyebaran virus menyebabkan kesehatan masyarakat Indonesia terganggu. Tercatat data kasus terkonfirmasi positif dengan total 4.253.598 dimana terjadi penambahan 186 kasus perharinya. Terdapat 4.101.889 kasus

¹⁴ Huang C, et al. *Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China*. Lancet. 2020;395(10223): hlm. 497-506.

¹⁵ Adityo Susilo, et ai. *Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini*, Jakarta : 2020, Vol. 7, No. 1, hlm, 47

yang berhasil sembuh dan 143.744 kasus meninggal dengan penambahan 5 kasus perharinya. Oleh karenanya data dapat disimpulkan per 23 November 2021 adalah dari total kasus Covid-19 yang terkonfirmasi meliputi 96,4% sudah sembuh, 3,4% meninggal, dan 0,2% kasus sedang aktif.¹⁶ Meskipun data yang ada menunjukkan persentase meninggal dan terkonfirmasi positif terbilang kecil, namun dengan jumlah real tersebut merupakan jumlah yang tidak sedikit dan tidak dapat dianggap oleh pemerintah. Bahkan tenaga kesehatan (nakes) sempat mengalami kewalahan. Seperti halnya penuhnya rumah sakit akibat menangani pasien Covid-19 yang melonjak.

Pemerintah mensyaratkan adanya menunjukkan tes swab antigen dan PCR untuk bepergian jarak jauh dan menggunakan transportasi umum. Hal tersebut sebagai upaya untuk membatasi mobilitas masyarakat dalam menjaga keamanan dan kesehatan masyarakat maupun sektor publik.¹⁷ Selain biaya PCR yang mahal serta adanya peraturan sebagai persyaratan bepergian, bahkan dijadikan sebagai syarat untuk mengadakan kegiatan yang mengundang banyak orang, tentunya akan memberatkan masyarakat untuk berpergian. Sehingga hal ini sedikit berhasil dalam rangka membatasi mobilitas masyarakat.

2. Ekonomi

Akibat kasus penyebaran virus Covid-19 dalam kurun waktu yang cukup cepat, maka pemerintah membuat kebijakan dalam rangka usaha memutus penyebaran virus Covid-19 yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang tercantum pada peraturan pemerintahan No 21 Tahun 2020¹⁸. Kebijakan PSBB tersebut menjadikan seluruh kegiatan masyarakat yang mengundang banyak orang dipaksa untuk diberhentikan dan tidak diperbolehkan dengan alasan apapun. Hal ini mengingat akan penularan Covid-19 yang mudah terjadi dengan adanya kerumunan orang. Seperti kegiatan industri, pendidikan, tempat ibadah, pusat belanja bahkan wisata

¹⁶ <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19> Diakses 30 November 2021

¹⁷ Instruksi Menteri Dalam Negeri no. 55 TAHUN 2021

¹⁸ Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020

dilarang beroperasi. Berikut dampak yang disebabkan pandemi Covid-19 di Indonesia :

- a. Indonesia mengalami penurunan PMI Manufacturing hingga 45,3% pada per Maret 2020.
- b. PHK berskala besar pada karyawan dan pegawai
- c. Penurunan impor sebesar 3,7% pada triwulan I
- d. Inflasi naik hingga 2,96% yoy (year-on-year) yang telah disumbangkan dari harga emas dan komoditas pangan per Maret 2020.
- e. 6 ribu hotel mengalami penurunan penempatan (okupansi) hingga 50%. Hal ini mengakibatkan kehilangan devisa wisata.¹⁹
- f. 15 bandara mengalami batal penerbangan besar-besaran sebanyak 12.706 jadwal penerbangan, mengakibatkan kerugian hingga Rp. 207 miliar.

3. Sosial

Dampak yang diakibatkan pandemi Covid-19 dialami banyak sektor, termasuk sektor sosial. Masyarakat yang biasa menjalankan aktivitas dengan majmuk dan berkumpul dalam suatu forum ataupun dalam suatu kegiatan, karena dampak pandemi membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial. Masyarakat dilarang mengadakan pertemuan dengan skala banyak. Pembatasan sosial ini berpengaruh pada peningkatan kemiskinan masyarakat, diikuti dengan pengeluaran yang tetap sedangkan pendapatan keluarga terbatas. Dampak sosial dari pandemi dapat dilihat dari penelitian terdahulu, dengan objek penelitian penduduk Pati. Kabupaten Pati mengalami peningkatan kemiskinan saat pandemi Covid-19 mencapai 11%.²⁰

Dampak sosial yang dirasakan tidak hanya pada masyarakat umum, para pelajar dan mahasiswa merupakan korban dari dampak dari pandemi Covid-19. Karena pemerintah memberlakukan pembatasan sosial, maka perguruan tinggi menjadikan sistem perkuliahan dengan menggunakan sistem daring (dalam jaringan). Dengan perubahan sosial dalam kampus termasuk kampus IAIN

¹⁹ Hanobatun, S, *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, 2020 Jurnal of Education, Psycologi and counseling, Vol 2, No1, hlm 146-153.

²⁰ Nurul Aeni, *Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, Dan Sosial COVID-19 Pandemic: The Health, Economic, And Social Effects*, Jurnal Litbang, Vol. 17, No. 1, 2021, hlm. 28

Bukit Tinggi, mahasiswa IAIN Bukit Tinggi tidak perlu datang ke kelas untuk mengikuti perkuliahan, cukup dengan menggunakan via online. Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi mahasiswa adalah ketika perkuliahan daring. Seperti mahasiswa memerlukan paket data dan perangkat yang memadai (laptop dan *smartphone*). Tentu akan menyulitkan dan menjadi kendala bagi mahasiswa yang taraf ekonominya rendah. Setidaknya Perubahan sosial yang dialami mahasiswa IAIN Bukit Tinggi selama sistem daring ada lima yaitu²¹ :

- Pengetahuan mahasiswa pada teknologi meningkat.
- Mahasiswa lebih siap dalam menggunakan teknologi komunikasi khususnya media *video call*.
- Mahasiswa lebih sering siap dengan *smartphone* dimanapun, baik untuk daring atau yang lainnya.
- Mahasiswa tidak dapat berinteraksi sosial baik dengan mahasiswa lainnya atau dengan dosen pengajar.
- Kuliah daring (online)

4. Politik

Akibat pandemi Covid-19 menyebar keseluruh dunia, hampir setiap negara merasakan bebrbagai sektor di negaranya akibat dari penyebaran pandemi Covid-19, tidak terkecuali politik. Hal ini berdampak pada hubungan internasional, pembangunan internoasional hingga politik internasional. Adanya dampak yang berkepanjangan dari Covid-19 memaksa negara untuk menutup wilayah, mengurangi hubungan bilateral dan multilateral. Dalam hal dampak pada politik internasional, ada dua bagaimana pandemi mempengaruhi hubungan internasional khususnya sektor politik yaitu²² :

- Berpengaruh kepada progam ekonomi yang telah tersusun oleh pemerintah yang akan diadakan kerjasama antar negara, khususnya kerjasama dengan China dan negara-negara lainnya.

²¹ Fauzi Eka Putra, Revolusi Komunikasi dan Perubahan Sosial (Dampak Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa), Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 9, No. 2, Juli-Desember 2020, hlm. 277-278

²² Siti Ilma Tanjung, *Dampak Covid –19 Dalam Stabilitas Ekonomi Politik Internasional*, Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 4, No. 2,, Surabaya : Jayapangus Press, 2021, hlm. 669.

- Berpengaruh pada kemitraan antar negara yang didorong oleh berbagai bantuan khususnya medis, yang terutama berhubungan dengan negara China.

5. Budaya

Pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia memberikan dampak pada penduduknya. Dengan adanya berbagai kebijakan pemerintah, kesehatan masyarakat yang dikhawatirkan, hingga turunnya taraf perekonomian masyarakat, dapat mempengaruhi sosial budaya masyarakat termasuk masyarakat kota Malang. Budaya dapat dikatakan sebagai cara dan pola hidup yang telah biasa dilakukan masyarakat.²³

Masyarakat mengalami perubahan budaya yang diakibatkan pandemi Covid-19 seperti perubahan sistem jual beli masyarakat yang mulanya hanya berjualan langsung atau dapat dikatakan jualan offline, sekarang banyak penjual berbisnis dengan menggunakan toko online atau *marketplace* yang tersedia di internet. Masyarakat Malang mulanya bersilaturahmi dengan sanak keluarga dengan bertemu langsung, sekarang berubah dapat dengan jarak jauh, menggunakan teknologi secara online. Adapun dampak budaya yang lain adalah *panic buying*, masyarakat berbondong membeli bahan makanan secara berlebih, hal ini dikarenakan masyarakat khawatir akan terjadi krisis pangasaat pandemi berlangsung.²⁴ Penelitian diatas merupakan contoh kecil dari dampak yang disebabkan pandemi Covid-19 di berbagai kota yang tersebar di Indonesia.

6. Agama

Agama merupakan aspek yang dimiliki setiap orang, dan agama merupakan sektor yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Pembatasan sosial yang diatur oleh pemerintah, telah ditaati oleh masyarakat umat beragama, hal ini dapat dilihat ketika pandemi berlangsung, rumah ibadah meniadakan kegiatan beragama. Bahkan banyak gereja yang membuat sistem

²³ Heylen Amildha Yanuarita dan Sri Hayati, *Pengaruh Covid-19 Terhadap Kondisi Sosial Budaya Di Kota Malang dan Konsep Strategis Dalam Penanganannya*, Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika, 2020, hlm. 62.

²⁴ *Ibid*, hlm. 67

baru beribadah dengan cara online, jadi jemaat tidak perlu datang ke gereja, cukup dengan beribadah di rumah saja. Selain itu, umat islam juga tidak mengadakan solat idul fitri di masjid, hal ini dilakukan karena masyarakat paham dan sadar akan berbahayanya efek dari Covid-19 ini. Pemerintah juga membuat keputusan, tidak memberangkatkan haji di tahun 2020, pembatalan jadwal pemberangkatan haji ini juga dilakukan oleh beberapa negara.²⁵

Dampak pandemi Covid-19 terhadap agama dirasakan banyak orang. Seluruh umat beragama, baik Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan lainnya, harus menahan diri untuk tidak datang ketempat beribadah biasanya. Seluruh umat beragama terpaksa melakukan ibadah di rumah masing-masing. Perubahan sosial ini membuat umat beragama tidak nyaman dalam melakukan ibadah mereka. Meskipun beribadah di rumah tidak mengurangi rasa keberagamaan umat, namun tetap saja seorang tidak dapat mengalami peningkatan spiritualitas akibat perubahan sosial ini.²⁶

5) Hipotesis Variabel Pandemi Covid-19

Peneliti memiliki analisa hipotesis dari variabel pandemi Covid-19 adalah :
H1 Pandemi Covid-19 berpengaruh signifikan pada penggunaan *e-wallet* ShopeePay oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

2.1.2 Minat Belanja

2.1.2.1 Minat Belanja Menurut Islam

Minat beli adalah keadaan konsumen dalam membentuk pilihan mereka di antara beberapa produk yang tergabung dalam perangkat pilihan kemudian memutuskan untuk melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam

²⁵ Merlion Gusti, *Batal Haji Akibat Pandemi Covid-19, Kemenag Batalkan Haji Tahun 2020*, <https://www.kompas.tv/article/84632/batal-haji-akibat-pandemi-corona-kemenag-batalkan-haji-tahun-2020>, diakses, 29 Juni 2022.

²⁶ Julio Eleazer Nendissa, *Agama Dan Pandemi Covid-19 Suatu Tinjauan Kritis Terhadap Keberagamaan Dalam Perubahan Sosial Di Tengah Pandemi Covid-19*, Jural Teologi dan Pendidikan Kristen, Vol.2, No. 2, hlm. 24.

pertimbangan.²⁷ Minat belanja berorientasi pada calon pembeli karena dua hal yaitu adanya niat dan motivasi :

1) Niat

Seorang ketika sudah memiliki minat terhadap suatu barang, maka juga timbul suatu niat untuk membeli barang tersebut. Niat dalam islam memiliki banyak definisi, menyesuaikan ibadah apa yang dilakukan seorang. Namun dalam jual beli , niat dapat dipahami dengan pendapat Al-Ghazali niat adalah kehendak yang menimbulkan keinginan dan kecenderungan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan maksudnya sama ada pada masa sekarang atau akan datang.²⁸ Rasulullah mengajarkan bahwa niat merupakan suatu aspek yang sangat penting, karena dapat menentukan sah atau tidaknya suatu amal. Dalam suatu hadis yang diriwayatkan Imam Bukhari :

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوُّهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Artinya : *Sesungguhnya, amal itu hanya dinilai berdasarkan niatnya, dan sesungguhnya pahala yang diperoleh seseorang sesuai dengan niatnya. Barang siapa yang niat hijrahnya menuju Allah dan Rasul-Nya maka dia akan mendapat pahala hijrah menuju Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya dengan niat mendapatkan dunia atau wanita yang ingin dinikahi maka dia hanya mendapatkan hal yang dia inginkan.* (HR. Al-Bukhari, no. 1 dan Muslim, no. 1907)

Hadis di atas menjelaskan bahwa Rasulullah membuat contoh niat, meskipun yang dikerjakan seorang tidak sewajarnya dilakukan seorang muslim, namun niatnya justru hanya kepada Allah, maka pekerjaan tersebut dapat dikatakan ibadah, meskipun dalam segi pelaksanaan bukan ibadah. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya niat

²⁷ AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono, *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*, Intidayu Press. Jakarta: 2012, hlm. 136

²⁸ Al-Ghazali, *Jiwa Agama : Imam Ghazali*, Jilid. 8, Kudus : Perc. Menara Kudus, 1980, hlm. 18.

dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam berbelanja. Setiap kegiatan belanja seorang muslim, sudah semestinya didasari dengan niat yang baik, supaya disamping mendapatkan kemanfaatan dunia, juga mengandung nilai pahala.²⁹

2) Motivasi Dalam Islam

Konteks motivasi ada beragam macam, dalam banyak keadaan motivasi akan berubah menyesuaikan keadaan tersebut. Motif secara etimologis bermakna gerakan atau suatu gerakan atau suatu yang bergerak. Motif jika didefinisikan dalam psikologi adalah rangsangan, dorongan pada suatu tingkah keadaan seorang.³⁰ Keadaan seorang dan tabiat seorang dalam bertindak, terbentuk dalam motivasi fisiologis. Fisiologis ini berperan penting dalam kehidupan manusia yang mengakomodasikan kebutuhan fisik manusia. Motivasi secara fisiologis ada dua hal yaitu Motivasi menjaga diri dan Motivasi menjaga kelangsungan hidup.³¹

Motivasi dalam islam meski banyak keadaan memiliki fungsi yang berbeda-beda. Namun motivasi dalam islam dapat dijelaskan dengan melihat teori motivasi Al-Ghazali, berpendapat konsep motivasi ada dua³² :

a. Struktur Jiwa

Al-Ghazali menuturkan bahwa manusia terbagi menjadi empat dimensi penting : materi, nabati, hewani, dan kemanusiaan. Dalam struktur jiwa empat dimensi tersebut, manusia terdiri dari empat dimensi struktur jiwa, *al-qalb*, *ar-ruh*, *an-nafs*, dan *al-aql*.

b. *Junud Al-Qalb* Sebagai Unsur Motivasi

²⁹ Marwan Hadidi, *Penjelasan Hadits Innamal A'malu Binniyat*, <https://muslim.or.id/21418-hadits-tentang-niat.html>, Diakses, 1 Juli 2022.

³⁰ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, Bandung : Pustaka Setia, 2009, hlm. 268

³¹ Melis, *Motivasi: Teori Dan Perspektif Dalam Ekonomi Islam*, Jurnal Islamic Banking, Volume. 4, No. 2, 2019, hlm. 63.

³² Munif Suratmaputra, *Filsafat Hukum Islam Al-Ghazali : Masalah Mursalah Dan Relevansinya Dengan Peembaruan Hukum Islam*, Jakarta : Pustaka Firdaus, 2002, hlm. 127

Junud Al-Qalb atau tentara hati merupakan, dasar atas suatu yang dilakukan oleh manusia. Seorang memiliki dua kelompok *Junud Al-Qalb*, yaitu yang bersifat fisik dan yang bersifat psikis. *Junud Al-Qalb* bersifat psikis akan beroutput pada dua hal : *syahwat* dan *ghadab* yang akan berfungsi sebagai pendorong atau motivasi.

2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja

Faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen merupakan hal yang berhubungan dengan perasaan dan emosi. Apabila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa, maka hal itu akan memperkuat minat membeli. Sebaliknya ketidak puasan justru dapat menghilangkan minat belanja. Keadaan apapun dan kapanpun konsumen akan dihadapkan pada berbagai pilihan. Mereka dituntut memilih dalam suatu transaksi. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja dibentuk 2 hal, yaitu persepsi orang lain akan suatu produk dan situasi konsumen yang tak terantisipasi. Hal ini akan dapat mengubah keputusan konsumen tergantung seberapa kuat pendirian konsumen akan suatu produk yang akan dibelinya³³.

Menurut Crow ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut³⁴:

1) *The Factor of Social Motive*

Faktor ini dipengaruhi adanya minat seorang terhadap produk yang ada hubungannya dengan sosial dirinya. Seperti contoh jika membeli produk tersebut akan dapat pujian dan banyak diperhatikan orang. Contoh tersebut konsumen termotivasi akan popularitas.

2) *The Factor Inner Urge,*

Efek rangsangan dari lingkungan kehidupan konsumen. Rangsangan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan

³³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2009, . Edisi ke 13

³⁴ Lithfe Field Adam and Dewa Ketut Sukardi, *Crow Crow, An Out Line of General Psychology*, Psikologi Remaja, Jakarta: Aksara Baru, 1973, hlm. 22

konsumen. Dari sini akan mampu memunculkan sebuah minat. Seperti contoh kecenderungan kebutuhan konsumen akan menggunakan masker dan handsanitizer sesuai anjuran pemerintah. Hal tersebut konsumen termotivasi terhadap kesehatan dan ketaatan pada aturan lingkungan.

3) *Emosional Factor*,

Faktor perasaan dan emosi konsumen akan berpengaruh pada minat belanja pada suatu produk. Seperti contoh konsumen memiliki pengalaman terpapar positif Covid-19, maka akan membangkitkan minat untuk membeli masker dan selalu memakainya. Oleh karenanya konsumen memiliki perasaan motivasi untuk tidak terpapar untuk kedua kalinya dengan menerapkan proses yang ada.

2.1.3 *E-wallet*

2.1.3.1 Uang

Uang adalah alat instrumen yang disetujui dan sepakat banyak orang sebagai alat tukar pembayaran untuk pembelian barang-barang dan jasa-jasa serta untuk pembayaran utang-utang.³⁵ Dari tingkat likuiditas uang, dapat bagi beberapa jenis pengertian uang sebagai berikut³⁶ :

1. M1, dapat berbentuk uang kartal (*currency*) yang beredar di masyarakat, dan juga dapat berbentuk uang giral (*demand deposits*). M1 sering disebut sebagai uang beredar dalam arti sempit.
2. M2, merupakan M1 ditambah tabungan (*saving deposits*) dan deposit berjangka (*time deposit*) pada bank umum. Berbeda dengan M1, M2 disebut sebagai uang beredar dalam arti luas atau *brad money*.
3. M3, adalah M2 ditambah simpanan dilembaga keuangan non bank.

Dapat dipahami ketiga jenis uang diatas, M1 adalah jenis yang paling mudah beredar dimasyarakat. *E-wallet* dan *e-money* memiliki konsep dan cara kerja yang sama, dan *e-wallet* masuk dalam kategori jenis

³⁵ Iswardono, *Uang dan Bank*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1997, h. 4.

³⁶ Eugene A. Diulio, *Uang dan Bank*.terj. Burhanuddin Abdullah, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1990), 15-

uang M1, walaupun tidak berbentuk fisik namun cara kerjanya sama dengan uang kartal dan sangat mudah digunakan oleh masyarakat umum.

2.1.3.2 Uang Menurut Islam

Uang sudah digunakan lama sebelum zaman Rasulullah, namun Rasulullah tidak mencetak uang karena kesibukan dalam menyebarkan Islam. Namun bangsa Arab saat itu tetap menggunakan uang sebagai alat tukar, namun mata uang yang digunakan adalah Dirham Persia dan Dinar Romawi sesuai dengan berat uang tersebut. Penggunaan dinar dan dirham ini diperbolehkan Rasulullah sebagaimana sabdanya :

عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْوَزْنُ وَزْنُ أَهْلِ مَكَّةَ وَالْمِكْيَالُ مِكْيَالُ أَهْلِ الْمَدِينَةِ

Artinya : Dari Ibnu Umar ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Timbangan yang menjadi standar ukuran adalah timbangan penduduk Makkah, takaran yang menjadi standar ukuran adalah takaran penduduk Madinah.

Menurut Islam, fungsi uang adalah satuan hitung, penyimpan nilai, dan sebagai alat penundaan pembayaran³⁷. Sedangkan dalam praktek zaman sekarang, uang dapat berfungsi sebagai komoditas dan sebagai instrumen spekulasi. Dalam ekonomi konvensional fungsi tersebut dapat dibenarkan namun dalam Islam fungsi komoditas dan spekulasi tidak dapat dibenarkan. Hal ini karena dapat memicu adanya bunga dan bisa menjadi riba. Islam berpandangan uang hanyalah sebagai alat pembayaran (*medium of exchange*) bukanlah suatu komoditas yang dapat diperjual belikan. Eksistensi uang sebenarnya bukan untuk dikonsumsi, namun sebagai perantara atau alat untuk tujuan konsumsi.³⁸

2.1.3.3 Pengertian E-wallet

Seiring perkembangan teknologi di dunia, sistem pembayaran di Indonesia telah mengalami beberapa perkembangan dengan menggunakan uang non fisik atau sering disebut dengan e-money (uang elektronik) .

³⁷ Andi Mardiana, *Uang Dalam Ekonomi Islam*, Jurnal Al-Buhuts, Volume. 10, IAIN Gorontalo, hlm. 102

³⁸ Mardiana, *Uang...*, hlm. 103

Negara Indonesia memiliki dua jenis media penyimpanan uang elektronik, yaitu berbasis server dan chip. *E-money* yang disimpan dengan menggunakan chip berupa bentuk kartu yang di dalamnya tertanam chip, seperti kartu ATM dan kartu kredit. Sedangkan *E-wallet* yang disimpan berbasis server digunakan dengan memerlukan koneksi internet dengan server penerbit. Maka dari itu sering sekali *e-money* bentuk ini disebut dengan *electronic wallet (e-wallet)*.

Peraturan *e-wallet* telah tercantum pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 “Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran”. Dalam peraturan tersebut dijelaskan tentang *e-wallet* pada pasal 1 ayat 7 yang berbunyi “Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran”.³⁹

Kegunaan *e-wallet* sebagai tempat penyimpanan dana berbasis server digunakan untuk menyimpan dana dan mengontrol informasi belanja online seorang pengguna. Informasi dana tersebut berisi informasi password login, alamat pengiriman barang, top up, transfer dana, dan menyimpan informasi kartu kredit pengguna. Adanya *e-wallet* dengan segala fitur dan kemudahannya sangat membantu dalam proses transaksi pembeli dan penjual secara online. *E-wallet* dapat menjadi alternatif bahkan menjadi alat utama untuk bertransaksi menggantikan pembayaran secara offline menggunakan uang fisik. Pada aplikasi yang ditawarkan *e-wallet*, pengguna mendapat perlindungan aman tentang informasi dana dan penyimpanan yang mudah dibawa .

2.1.3.4 Kelebihan dan Kekurangan *E-wallet*

Masyarakat pada umumnya masih menggunakan masih menggunakan uang kartal yang masih berbentuk uang fisik, namun seiring berkembangnya teknologi *e-money* sekarang dapat menggantikan fungsi

³⁹ Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*

uang kartal lalu berkembang menjadi *e-wallet*. Meski begitu *e-wallet* memiliki kelebihan dan kekurangan dalam menggunakannya.

a. Kelebihan

- Efisien, *e-wallet* dapat mempercepat transaksi dimanapun dan kapanpun.
- Nyaman, *e-wallet* dengan segala fiturnya memudahkan pembelian barang secara online.
- Keamanan Tinggi, *e-wallet* dalam penggunaanya harus memasukkan kode atau pin disetiap transaksinya, dengan ini selain pemilik *e-wallet* tidak dapat menggunakan *e-wallet* walaupun perangkat berada pada oran lain.
- Praktis, berbeda dengan uang kartal yang memerlukan ruang untuk penyimpanannya, *e-wallet* cukup dengan memiliki aplikasi di *smartphone* pengguna dapat bertransaksi.

b. Kekurangan

- Terbatasnya Merchant, *e-wallet* yang diterbitkan oleh suatu perusahaan tidak dapat digunakan disemua platform jual beli, hanya terbatas merchant yang bekerja sama dengan penerbit *e-wallet*.
- Jaringan Internet, meski dapat digunakan dimanapun, namun selagi tempat itu tidak memiliki jaringan internet, *e-wallet* tidak dapat digunakan.
- Teknologi, meski tidak memerlukan ruang untuk penyimpanan, *e-wallet* memerlukan dukungan teknologi seperti *smartphone* untuk menyimpan aplikasi *e-wallet*.

2.1.3.5 ShopeePay

Shopee berawal terbit di Singapura pada tahun 2015, hingga saat ini sudah disebar jangkauannya ke sebagian besar negara di Asia. Perusahaan Shopee hingga saat ini dipimpin oleh Chris Feng, didirikan bersama Forrest Li dan berdirinya Shopee dibawah naungan perusahaan SEA (Perusahaan

internet terbesar di Asia). Marketplace Shopee beroperasi dengan sistem model bisnis B2C atau *Business to Customer*).⁴⁰

ShopeePay adalah layanan dompet digital atau *e-wallet* yang ditawarkan oleh Shopee, ShopeePay diterbitkan oleh PT AirPay International Indonesia dan telah mendapatkan lisensi oleh BI pada 8 Agustus 2018 dan diresmikan pada tanggal 8 November 2018, berikut adalah nomor dan tanggal penetapan izin (No.20/293/DKSP/Srt/B pada 8 Agustus 2018).⁴¹ *E-wallet* ShopeePay dapat digunakan untuk⁴² :

- Transaksi online diaplikasi ataupun website Shopee
- Transaksi *online* juga dapat dilakukan di luar Shopee, seperti di aplikasi ataupun website Merchant.
- Transaksi *offline* dengan Merchant yang menerima pembayaran melalui QRIS dan ShopeePay.
- Menerima atau transfer pembayaran ke kontak Anda dan menarik saldo ke rekening pengguna.

Berikut beberapa cara penggunaan ShopeePay⁴³ :

1) Top up ShopeePay

Pengguna dapat top up atau mengisi saldo dengan metode berikut :

- Mitra Shopee
- Bank transfer (virtual account) : SeaBank, Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, Bank Syariah Indonesia/Bank Syariah Mandiri, Bank Permata.
- Alfamart/Alfamidi
- Indomaret/i-Saku
- BCA OneKlik
- Scan Kode QR di circle K

2) Membayar menggunakan ShopeePay

⁴⁰ <https://tinyurl.com/Pimanan-Shopee>, Diakses 21 Januari 2022, Pukul 19:00

⁴¹ <https://tinyurl.com/Nomor-perizinan>, Diakses 21 Januari 2022, Pukul 20:21

⁴² <https://help.Shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>, Diakses 30 Januari 2022, Pukul 22:13

⁴³ Ibid, 26 Nov. 21

Untuk pembayaran menggunakan ShopeePay, pilih ShopeePay pada checkout : pilih metode pembayaran > ShopeePay > Koinfirmasi > lakukan pemesanan > masukan pin ShopeePay atau gunakan fingerprint > OK.

3) Fitur ShopeePay

- Bayar dengan scan kode QR (*quick respon*)
- Transfer saldo ke pengguna ShopeePay atau rekening bank
- Deals dengan merchants terdekat

2.1.2.3 Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini dibuat dengan mengembangkan penelitian yang pernah diteliti sebelumnya, berikut penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

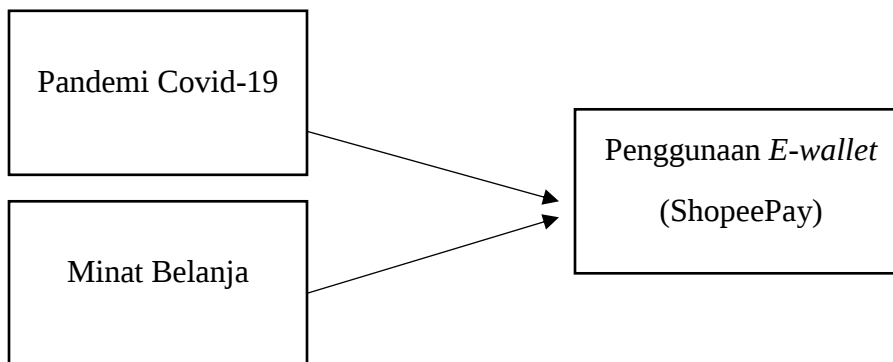
No	Penulis	Judul	Hasil	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Isma Laily Rahmawati (UIN Walisongo)	Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan <i>e-wallet</i> .	Daya Tarik Promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet, hal ini dipengaruhi dengan berbagai macam fitur menarik yang ditawarkan dan banyaknya diskon dan voucher belanja.	Penelitian ini menggunakan variabel pandemi Covid-19 sebagai X1 dan variabel minat belanja sebagai X2. Sedangkan Isma Laily menggunakan variabel Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Literasi Keuangan

2	Muhammad Sugih Mukti (UIN Syarif Hidayatullah)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Uang Elektronik	Tingkat pemahaman uang elektronik, kemanfaatan secara bersamaan berpengaruh pada Minat mahasiswa Tadris IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan dalam penggunaan uang elektronik .	Penelitian Muhammad Sugih memiliki hipotesa variabel yang mempengaruhi minat penggunaan <i>e-wallet</i> , tinggal menguji variabel independen apakah berpengaruh dengan variabel dependen. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel tetap dan sudah diujikan.
3	Siti Rodiah (UNNES)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> Pada Generasi Milenial Kota Semarang	Faktor kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan dan resiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> oleh generasi milenial di Semarang.	Penelitian ini menggunakan variabel pandemi Covid-19 sebagai X1 dan variabel minat belanja sebagai X2. Sedangkan Siti Rodiah menggunakan Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan

				Kepercayaan sebagai variabel bebasnya.
4	Yasinta Maulida Rohmah dan Nila Tristiarini (UDINUS)	Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang	Variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan resiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-money oleh masyarakat semarang.	Penelitian ini menggunakan uji F (simultan) sehingga dapat diketahui seluruh variabel independen secara bersamaan apakah berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan yasinta tidak menggunakan menggunakan uji F.
5	Putu Wina Sustini	Determinan Minat Penggunaan Electronic Wallet ovo di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya di Kota Malang	Variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Sedangkan persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap	Penelitian ini menggunakan e-wallet ShopeePay sebagai variabel dependen. Sedangkan Putu Wina menggunakan e-wallet Ovo.

			penggunaan sesungguhnya, semakin besar resiko semakin menurunkan minat menggunakan <i>e- wallet</i> .	
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Teori



Untuk memahami kerangka teori penelitian, akan digambarkan sebagai berikut :

X1 : Pandemi Covid-19

X2 : Minat Belanja

Y : Penggunaan *e-wallet*

Seperti gambar diatas, X1 adalah dampak pandemi Covid-19, X2 adalah Minat belanja, dan Y adalah penggunaan *e-wallet*. (1) Pandemi Covid-19 adalah dampak dari penyebaran virus Covid-19. (2) Variabel minat belanja adalah keinginan dan motivasi mahasiswa dalam melakukan transaksi online. (3) Variabel penggunaan *e-wallet* adalah penggunaan dompet digital oleh mahasiswa khususnya (ShopeePay).

2.3 Hipotesis

Hipotesis digunakan sebagai jawaban sementara dari rumusan masalah suatu penelitian yang disajikan berbentuk pertanyaan. Jawaban sementara ini disebut hipotesis

karena sebagai gambaran umum sementara hingga penelitian dilakukan dan menghasilkan sebuah data penelitian.⁴⁴

H1 : Pandemi Covid-19 berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.

H2 : Minat belanja berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.

⁴⁴ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012, h. 76

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu sebuah penelitian yang pengolahan datanya menggunakan analisis data numerikal atau angka yang diolah dengan metode statistik⁴⁵. Metode ini sering digunakan untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan suatu hasil dari probabilitas. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 12 April 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan ada 2 macam yaitu :

1. Data Primer

Data primer ini diperoleh langsung dari objek penelitian, yakni dengan menggunakan kuisioner yang disebar pada mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2018-2021

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh oleh peneliti namun tidak secara langsung, data diperoleh dari jurnal, artikel, website, dan buku-buku ilmiah yang terkait dengan penelitian ini.

.

3.3 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Dapat diketahui populasi adalah subyek atau suatu kesatuan individu pada wilayah dan waktu dengan standar kualitas yang ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian dibedakan menjadi 2 jenis, *finit* (jumlah populasi diketahui) dan *infinif* ((jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti)⁴⁶. Maka dari itu, jenis populasi yang digunakan adalah finit karena jumlah populasi mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2018-2021 telah diketahui seperti tabel berikut :

⁴⁵ Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001, hlm. 79.

⁴⁶ Supardi, *Populas dan Sampel Penelitian*, UNNISA, 1993, No. 17, hlm.101

Tabel 3.1
Data Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

No	Prodi	2015-2021
1	D3 Perbankan Syariah	82
2	S1 Ekonomi Islam	701
3	S1 Perbankan Syariah	698
4	S1 Akuntansi Syariah	523
5	S1 Manajemen	318
	Jumlah	2366

Tidak ada persyaratan khusus untuk masuk populasi, cukup selama seorang tersebut adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka sudah dapat masuk dalam populasi data penelitian ini dengan total 2366 populasi.

3.1.2 Sampel

Untuk mewakili jumlah populasi maka diperlukan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena terlalu banyak populasi dan tidak mungkin mendapat informasi dari seluruh populasi maka cukup sampel yang dapat mewakili populasi yang ada⁴⁷. Teknik yang untuk mendapatkan sampel dengan menggunakan *Probability Sampling*, karena seluruh populasi memiliki kriteria dan potensi yang sama untuk menjadi sampel. Untuk mendapatkan sampel yang lebih spesifik, teknik selanjutnya menggunakan *Simple Random Sampling*, karena seluruh mahasiswa Ekonomi Islam adalah populasi yang bersifat homogen tanpa adanya batas strata apapun.

Metode untuk menentukan besaran sampel penelitian adalah menggunakan rumus slovin⁴⁸ :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

⁴⁷ Garaika dan Darmanah, *Metode Penelitian*, Lampung, CV HIRA TECH, 2019, hlm. 29

⁴⁸ Akas Pinaringan Sulaju, dkk. *Statistik Ekonomi 1*, Yogyakarta, Zahir Publishing, 2021, Hlm.83

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah Populasi

E = Nilai persisi 90% atau $\text{sig} = 0,1$

$$n = \frac{2366}{1 + (2366 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{2366}{1 + (2366 \times 0,01)} \quad n = \frac{2366}{95,94}$$

$$n = 95,94$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel untuk penelitian ini dibulatkan menjadi berjumlah 96 dari populasi mahasiswa Ekonomi Islam.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1) Dokumentasi

Data diambil dari website resmi situs yang berhubungan dengan data penelitian, seperti website resminya Shopee. Jurnal dan artikel ilmiah juga dijadikan sebagai rujukan peneliti untuk mendapatkan data.

2) Kuesioner atau Angket

Karena pembelajaran kampus masih menerapkan daring, maka sebagian besar mahasiswa Ekonomi Islam masih berada di rumah. Hal tersebut mempengaruhi metode pengumpulan data sampel. Kuesioner merupakan metode paling cocok untuk penelitian inide pengambilan data angket dengan menyebar link kusioner kepada seluruh sampel untuk mendapatkan data primer. Di dalam kuesioner terdapat pertanyaan serta jawaban yang nanti akan diukur dengan skala likert. Skala ini berfungsi untuk alat pengukur pendapat dan presepsi responden. Isi likert yag akan disebar kepada responden memiliki jawaban bergradasi dari nilai positif hingga negatif seperti contoh berikut :

SS	= Sangat Setuju	dengan nilai : 5
ST	= Setuju	dengan nilai : 4
KS	= Kurang Setuju	dengan nilai : 3
TS	= Tidak Setuju	dengan nilai : 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	dengan nilai : 1

3.5 Variabel Penelitian

Variabel merupakan atribut atau nilai yang mewakili objek, orang, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan lalu ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel independen dapat disebut sebagai variabel tetap karena dia tidak berubah atau tetap. Variabel independen dalam penelitian ini adalah X1 : Pandemi Covid-19, X2 : Minat Belanja Mahasiswa.

2. Variabel Dependen

Variabel ini terbentuk akibat pengaruh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Penggunaan *E-wallet*.

3.6 Definisi Operasional

Penelitian ini dibantu dengan Definisi Operasional yang sebagai bagian penting dalam menjelaskan dan menjabarkan indikator, aspek variabel hingga ukuran dan skala data penelitian yang digunakan. Variabel penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.2
Indikator Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala ukur
Pandemi Covid-19 (X1)	Peneliti mendefinisikan pandemi Covid-19 adalah virus yang mudah menular manusia dan telah tersebar ke seluruh dunia, yang menyebabkan pemerintah membuat berbagai kebijakan	• Ekonomi • Kesehatan	Likert.

	baru yang disebabkan oleh pandemi Covid-19.		
Minat Belanja (X2)	Peneliti mendefinisikan Minat Belanja adalah keinginan dan kehendak seorang kepada tindak hal konsumtif di dunia <i>online shop</i> .	• Sosial • Lingkungan • Emosional • Hobi	Likert.
Penggunaan <i>E-wallet</i> (Y)	Peneliti mendefinisikan Penggunaan <i>E-wallet</i> sebagai minat atau kebutuhan seorang pada suatu barang atau objek yang menyebabkan seorang perlu menggunakan suatu media (<i>e-wallet</i>) untuk mendapatkan barang tersebut.	• Efisien • Kenyamanan • Keamanan Tinggi • Praktis	Likert.

3.7 Teknis Analisis Data

Teknik untuk menganalisis data menggunakan software SPSS dengan analisis sebagai berikut :

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur⁴⁹. Suatu variabel penelitian dapat dikatakan valid jika berhasil mengukur apa yang diharapkan peneliti dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti dengan tepat.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang dapat menunjukkan seberapa akurat alat untuk digunakan. Ketika alat instrumen seperti kuesioner dites berkali-kali maka hasil akan tetap sama dan tidak berubah, jika kuesioner sudah memenuhi validitas maka diteruskan uji seberapa reliabelkah kuesioner. Ketika kuesioner telah dibuat harus diuji validitas dan reliabilitasnya karena kuesioner tidak dapat digunakan langsung. Untuk mendapat nilai distribusi mendekati normal, maka sebaiknya responden atau sampel untuk diuji coba kuesioner setidaknya 30 mahasiswa⁵⁰.

3.7.3 Uji Asumsi Kalsik

Uji ini berfungsi untuk menguji apakah ada penyimpangan yang dihasilkan oleh variabel juga untuk mengetahui kesimpulan statistik yang bisa dipertanggung jawabkan pada uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini mengandung uji asumsi klasik meliputi beberapa uji seperti uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.4 Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui data apakah dalam keadaan normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan software SPSS dengan metode *Kolmogorov Smirnov*, untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau

⁴⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2003, hlm. 267

⁵⁰ <https://pascasarjana.esaunggul.ac.id/index.php/2016/08/29/pengukuran-variabel-dalam-penelitian/>
diakses Desember 2021, Jam 23:41.

tidak. Data dapat dikatakan normal jika nilai *Asymp significance* lebih besar dari 0,05.

- Bila nilai $> 0,05$., maka berpengaruh signifikan atau berdistribusi normal
- Bila nilai $< 0,05$., maka tidak berpengaruh signifikan atau tidak berdistribusi normal

3.7.5 Uji Multikolineritas

Pengujian ini untuk menguji apakah ditemukan korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik terhindar dari korelasi antar variabel independen atau variabel bebas yang dapat diketahui dari nilai tolerance VIF (*variance independen factor*).

- Jika nilai $< 0,10$ artinya terdapat Multikolineritas
- Jika nilai $> 0,10$ artinya tidak terdapat Multikolineritas

Data hasil dari kusioner yang di isi responden adalah menjadi VIF yang kemudian di uji dengan multikolineritas.

3.7.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain⁵¹. Penelitian ini dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glesjer* dengan mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel. Hasil dari uji *glejser* menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas apabila dari perhitungan SPSS nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%⁵².

3.7.7 Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini berguna untuk mendapatkan hasil apakah variabel independen berpengaruh pada variabel dependen atau tidak, dengan melihat hasil standar signifikansi 5%. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/

⁵¹ Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011. hlm. 139

⁵² Ibid. Hlm. 143

predictor ($X_1, X_2, \dots, X_n$) diketahui atau apakah variabel pandemi Covid-19 dan minat belanja berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* (ShopeePay). Persamaan regresi liner berganda dapat digambarkan sebagai berikut⁵³ :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots b_nX_n$$

Y = Variabel tak bebas

a = Konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_n$ = nilai koefisien

$X_1, X_2, \dots, X_n$ = Variabel bebas.

3.7.8 Uji Hipotesis

Hipotesis dibuktikan dengan menggunakan uji ekonometrika (uji T, uji F, dan koefisien determinasi)⁵⁴ :

3.7.8.1 Uji T (Parsial)

Pertama adalah uji T (parsial) guna untuk mendapatkan informasi nilai koefisien regresi, sehingga hasil tersebut dapat diketahui signifikan atau tidak dari pengaruh pandemi Covid-19 (X_1), minat belanja (X_2), terhadap penggunaan *e-wallet* (Y). Kriteria pengujian :

- Ketika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak sedngkan H_a dapat diterima, maksudnya X_1, X_2, X_3 ternyata berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Ketika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 dapat diterima, maksudnya variabel X_1, X_2, X_3 ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Hipotesis yang di uji menggunakan uji T ini adalah :

- H_0 = variabel pandemi Covid-19, dan minat belanja ternyata berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

⁵³ I Made Yuliara, Regresi Linear Berganda, Bali : Universitas Udayana, 2016, Modul : hlm. 2

⁵⁴ Ayuk Wahdanfiari, *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri*, Skripsi (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2014).

- H_a = pandemi Covid-19, dan minat belanja ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3.7.8.2 Uji F (Simultan)

Uji F ini menguji variabel secara simultan atau bersamaan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 dengan membandingkan tingkat signifikan ($\text{sig.}F$) dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$). Ketika nilai $F < 0,05$ atau nilai F hitung $> F$ tabel, maka hasil keputusannya adalah menolak H_0 dan dapat menerima H_a . Maka secara simultan atau bersamaan, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- H_0 = variabel X_1 , X_2 , X_3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- H_a = variabel X_1 , X_2 , X_3 secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3.7.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi seberapa besar kontribusi atau berpengaruhnya variabel independen X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel dependen penggunaan *e-wallet*. Uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisa dan mengidentifikasi kontribusi pengaruh antara indikator variabel independen terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi nilainya adalah 0 atau 1, hasil yang mendekati 1 artinya variabel independen berhasil memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen.⁵⁵

⁵⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009, hlm. 126

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau sering di sebut dengan FEBI merupakan fakultas dari universitas islam dari kota semarang yaitu UIN Walisongo Semarang. Berikut alamat lengkap Kampus 3 UIN Walisongo : Jalan Prof. Hamka, Ngaliyan, Kota Semarang 50185, Jawa Tengah, Indonesia. Secara geografis UIN Walisongo terletak pada posisi $6^{\circ}59'29''110^{\circ}$ Lintang Selatan, dan $6^{\circ}59'29''110^{\circ}$ Bujur Timur.⁵⁶

UIN Walisongo memiliki 9 Fakultas salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didirikan pada 13 Desember 2013, dan diresmikan Kementrian Agama RI saat itu yang di jabat oleh Dr. Suryadharma Ali. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 6 program studi yaitu⁵⁷ :

- S1 Ekonomi Islam
- S1 Akuntansi Syari'ah
- S1 Perbankan Syari'ah
- S1 Manajemen
- D3 Perbankan Syari'ah

Berdasarkan data akademik fakultas, jumlah total mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester gasal 2020/2021 adalah 20373 mahasiswa aktif yang terdiri dari : 83 mahasiswa D3 Perbankan Syari'ah, 708 mahasiswa S1 Ekonomi Islam, 698 mahasiswa S1 Perbankan Syari'ah, 523 mahasiswa S1 Akuntansi Syari'ah dan 318 mahasiswa S1 Manajemen.

⁵⁶ Alamat UIN Walisongo, https://walisongo.ac.id/?page_id=10000000008603, diakses, 4 Maret 2022, Jam 10:23.

⁵⁷ Profil FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, https://Fakultas_Ekonomi_dan_Bisnis_Islam.walisongo.ac.id/tentang/profil-Fakultas_Ekonomi_dan_Bisnis_Islam-uin-walisongo/, diakses, 4 Maret 2022, 11:31.

4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi Shopee dan *e-wallet* ShopeePay, dari total populasi, 96 mahasiswa diambil datanya sebagai responden. Responden memiliki beberapa data karakteristik :

1) Karakteristik Jurusan Responden

Karakteristik responden dilihat dari usia, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay memiliki data sebagai berikut :

Tabel 4.1

Data Jumlah Sampel

No	Jurusan	Frekuensi
1	S1 Ekonomi Islam	64
2	S1 Akuntansi Syari'ah	19
3	S1 Manajemen	4
4	S1 Perbankan Syari'ah	9
Total		96

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa jurusan Ekonomi Islam. Data ini bukan adanya deskriminasi atau penghususan responden, lebih karena ketika kuesioner disebar di seluruh jurusan, mahasiswa Ekonomi adalah pengisi kuesioner terbanyak. Hal ini dapat dibenarkan karena penelitian ini menggunakan random sampling dalam mendapatkan sampel.

2) Karakteristik Gender Responden

Karakteristik responden dilihat dari gender atau usia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay memiliki data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Data Karakteristik Gender Responden

No	Gender/Jenis Kelamin	Frekuensi
1	Perempuan	67
2	Laki-laki	29
Total		96

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden perempuan adalah pengguna *e-wallet* ShopeePay terbanyak. Hasil data yang diperoleh menjelaskan bahwa mahasiswa perempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih berpotensi dalam penggunaan *e-wallet* ShopeePay, hasil ini wajar karena mahasiswa perempuan lebih cenderung memiliki kebutuhan yang lebih dibandingkan mahasiswa laki-laki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

3) Karakteristik Angkatan Mahasiswa

Tabel 4.3
Tabel Karakteristik Angkatan Responden

No	Angkatan	Frekuensi
1	2021	12
2	2020	11
3	2019	24
4	2018	49
Total		96

Sumber : Data Kuesioner

Tabel di atas menjelaskan, mahasiswa angkatan 2018 merupakan responden terbanyak dan mahasiswa angkatan 2020 merupakan responden paling sedikit dalam penelitian ini.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji ini merupakan cara untuk mengukur seberapa tepat dan kecermatan pada suatu instrumen, uji ini disebut dengan Uji Validitas.⁵⁸ Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menghitung lalu membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Instrumen atau item penelitian itu valid jika dengan syarat⁵⁹ :

- Jika r hitung $>$ r tabel maka item kuesioner dalam penelitian dapat dikatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel maka item kuesioner dalam penelitian dapat dikatakan valid.

1. Variabel X1 (Pandemi Covid-19)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas X1 Pandemi Covid-19

No	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
1	$0,820 > 0,195$	0,05	Valid
2	$0,751 > 0,195$	0,05	Valid
3	$0,744 > 0,195$	0,05	Valid
4	$0,659 > 0,195$	0,05	Valid
5	$0,628 > 0,195$	0,05	Valid
6	$0,658 > 0,195$	0,05	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel diatas menjelaskan bahwa seluruh item dari pernyataan kuesioner pada variabel X1 Pandemi Covid-19 dinyatakan valid. Setelah diolah data dengan menggunakan aplikasi SPSS, seluruh item memiliki hasil diatas r tabel, maka dinyatakan valid berdasarkan hasil r hitung $>$ dari r tabel (0,195).

⁵⁸ Dian Ayunita Nugraheni Dewi, *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*, Semarang : Universitas Diponegoro, hlm. 1

⁵⁹ Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti, *Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0*, Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Januari 2014, Hal 177.

2. Variabel X2 (Minat Belanja Mahasiswa)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas X2 Minat Belanja Mahasiswa

No	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
1	0,631 > 0,195	0,05	Valid
2	0,775 > 0,195	0,05	Valid
3	0,832 > 0,195	0,05	Valid
4	0,776 > 0,195	0,05	Valid
5	0,303 > 0,195	0,05	Valid
6	0,518 > 0,195	0,05	Valid
7	0,733 > 0,195	0,05	Valid
8	0,648 > 0,195	0,05	Valid
9	0,683 > 0,195	0,05	Valid
10	0,636 > 0,195	0,05	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel diatas menjelaskan bahwa seluruh item dari pernyataan kuesioner pada variabel X2 Minat Belanja Mahasiswa dinyatakan valid. Setelah diolah data dengan menggunakan splikasi SPSS, seluruh item memilliki hasil diatas r tabel, maka dinyatakan valid berdasarkan hasil r hitung > dari r tabel (0,195).

3. Variabel Y (Penggunaan *E-wallet* ShopeePay)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Y Penggunaan *E-wallet* ShopeePay

No	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
1	0,895 > 0,195	0,05	Valid
2	0,900 > 0,195	0,05	Valid
3	0,908 > 0,195	0,05	Valid
4	0,919 > 0,195	0,05	Valid
5	0,914 > 0,195	0,05	Valid

6	0,865 > 0,195	0,05	Valid
7	0,870 > 0,195	0,05	Valid
8	0,708 > 0,195	0,05	Valid
9	0,849 > 0,195	0,05	Valid
10	0,754 > 0,195	0,05	Valid
11	0,879 > 0,195	0,05	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel diatas menjelaskan bahwa seluruh item dari pernyataan kuesioner pada variabel Y Penggunaan *E-wallet* ShopeePay dinyatakan valid. Setelah diolah data dengan menggunakan splikasi SPSS, seluruh item memiliki hasil diatas r tabel, maka dinyatakan valid berdasarkan hasil r hitung > dari r tabel (0,195).

4.3.2 Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas untuk mengetahui seberapa konsisten alat ukur jika dilakukan pengukuran yang berulang-ulang.⁶⁰ Uji reliabilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach, dengan membandingkan hasil perhitungan dari aplikasi SPSS, jika nilai Alpha Cronbach > 0,6 maka variabel dikatakan reliabel.⁶¹

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabelitas

No	Variabel	Cronbach' Alpha	Keterangan
1	Pandemi Covid-19	0,803	Reliabel
2	Minat Belanja Mahasiswa	0,891	Reliabel
3	Penggunaan E-wallet ShopeePay	0,963	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel diatas menjelaskan hasil perhitungan uji reliabilitas, hasil menunjukkan bahwa setiap kuesioner dapat dikatak variabel karena 3 variabel di atas memiliki nilai

⁶⁰ Dewi, *Modul...*, hlm. 2

Alpha Cronbach > 0,6. Dengan ini item kuesioner ini akan menghasilkan data yang konsisten walaupun mengukur pada objek yang sama.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel ada penyimpangan atau tidak dalam penelitian ini. Ada 3 uji dalam uji asumsi klasik, uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi mengetahui data penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak, metode perhitungan ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan signifikansinya 5% jika⁶² :

- Nilai signifikansi > 0,05, maka berdistribusi normal.
- Nilai signifikansi < 0,05 maka berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.8		
Hasil Uji Normalitas		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.11898113
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.062
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.048 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

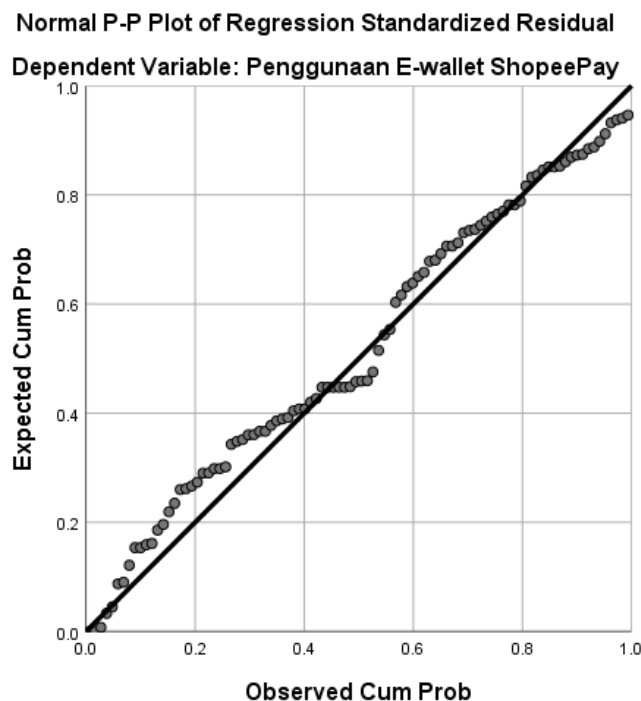
Tabel diatas menjelaskan hasil dari perhitungan uji normalitas menggunakan metode kolmogorof smirnov, variabel X1 pandemi Covid-19, X2 minat belanja mahasiswa, dan Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay berdistribusi normal. Hasil

⁶² Syahri Alhusin, Aplikasi Statistik Praktis dengan Menggunakan SPSS 10 For Windows, Yogyakarta: J&J Learning, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, hal.262.

menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,048 > 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel berdistribusi normal.

Uji yang selanjutnya menggunakan uji grafik P-plot, fungsinya sama dengan uji normalitas yaitu menentukan data variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dinyatakan berdistribusi normal jika titik-titik atau data yang ada dalam grafik menyebar mengikuti garis diagonal atau menyebar disekitar garis diagonal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Grafik di atas menjelaskan uji grafik P-plot penelitian ini berdistribusi normal karena titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal pada grafik.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini berfungsi untuk pengujian asumsi dalam analisis regresi berganda. Hasil dari uji multikolinieritas harus bahwa variabel independen (X) terbebas dari gejala multikolinieritas dengan melihat hasil dari nilai tolerance dan *variance*

inflation factor (VIF). Dapat dikatakan antar variabel terbebas dari gejala multikolineritas jika nilai tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 .

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.297	5.114	4.360	.000		
	Pandemi Covid19	.532	.235	.238	.026	.733	1.364
	Minat Belanja Mahasiswa	.354	.114	.326	.003	.733	1.364

a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay

Sumber : Data yang diolah

Tabel di atas menjelaskan hasil dari uji multikolineritas, bahwa seluruh variabel independen (X) tidak mengalami gejala multikolineritas antar variabel. X1 pandemi Covid-19 memperoleh hasil nilai 1,364. X2 minat belanja mahasiswa memperoleh hasil nilai 1.364. Kedua variabel tersebut memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan variabel penelitian ini bebas dari adanya multikolineritas. Sedangkan hasil dari uji diatas, seluruh variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1. X1 memperoleh hasil 0,733 dan X2 memperoleh hasil 0,733 maka dapat dikatakan variabel penelitian ini bebas dari adanya multikolineritas.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini berfungsi untuk mengetahui dalam penelitian ini, apakah ada ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya, karena penelitian yang baik adalah tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan metode Sperman Rho yang meregresi nilai absolut residual kepada variabel independen (X1,X2).

- Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.
- Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka terjadi adanya heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.432**	-.030
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.770
		N	96	96	96
	X2	Correlation Coefficient	.432**	1.000	-.146
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.155
		N	96	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.030	-.146	1.000
		Sig. (2-tailed)	.770	.155	.
		N	96	96	96

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

Sumber : Data yang diolah

Tabel diatas menjelaskan bahwa variabel independen X1 pandemi Covid-19 memperoleh nilai $0,770 > 0,05$ dan variabel X2 minat belanja mahasiswa memperoleh nilai $0,155 > 0,05$ maka dapat dikatakan seluruh variabel tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini untuk mengetahui pada penelitian ini, pengaruh variabel independen (X1,X2) secara parsial. Penelitian ini dilakukan uji regresi linier berganda pada 2 variabel independen yaitu, X1 pandemi Covid-19 dan X2 minat belanja mahasiswa, dan Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22.297	5.114		4.360	0.000
	Pandemi Covid-19	0.532	0.235	0.238	2.259	0.026
	Minat Belanja Mahasiswa	0.354	0.114	0.326	3.099	0.003
a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay						

Sumber : Data yang diolah

$$Y = 22,297 + 0,5320X_1 + 0,354X_2 + e$$

Hasil data diatas menjelaskan persanaan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secaa parsial, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Nilai constanta variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay adalah 22,297. Maka saat variabel pandemi Covid-19 dan minat belanja mahasiswa memiliki nilai (0), maka nilai penggunaan *e-wallet* naik sebesar 22,297 dandapat dikatakan berkontribusi positif.
2. Variabel X1 pandemi Covid-19 memperoleh nilai koefisien 0,532 atau berkontribusi positif. Jika X1 meningkat 1% maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 53,2%. Semakin lama pandemi Covid-19 maka semakin tinggi penggunaan *e-wallet* ShopeePay.
3. Variabel X2 minat belanja mahasiswa memperoleh niali koefisien 0,354 atau berkontribus positif. Jika X2 meningkat 1% maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 35,4%. Semakin tinggi minat belanja mahasiswa akan meningkatkan pengguaan *e-wallet* ShopeePay.

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji T (Parsial)

Uji ini berfungsi untuk mengetahui penelitian ini apakah variabel independen X1 dan X2 secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel y. Jika perhitungan t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen atau variabel bebas berpengaruh signifikan dengan taraf $\alpha=5\%$. Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

- H_0 : Pandemi Covid-19 dan minat belanja secara parsial tidak berpengaruh pada penggunaan e-wallet (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.
- H_a : Pandemi Covid-19 dan minat belanja secara parsial berpengaruh pada penggunaan e-wallet (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.

Tabel 4.12
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	22.297	5.114		4.360	0.000
	Pandemi Covid-19	0.532	0.235	0.238	2.259	0.026
	Minat Belanja Mahasiswa	0.354	0.114	0.326	3.099	0.003
a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay						

Sumber : Data yang diolah

Rumus menentukan t tabel : $df = n - k - 1 = (96 - 2 - 1) = 93$. Hasil diperoleh adalah t tabel sebesar 96 dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 1,985. Maka berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan :

1. Variabel X1 memperoleh nilai hitung t sebesar $2,259 > 1,985$ t tabel dengan signifikasnsi 0,05, maka H1 diterima. Maka artinya variabel X1 pandemi Covid-19 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay.
2. Variabel X2 minat belanja mahasiswa memperoleh nilai hitung t sebesar $3,099 > 1,985$ t tabel dengan signifikansi 0,05, maka H_a diterima. Maka artinya variabel X2 minat belanja mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

4.3.5.1 Uji F (Simultan)

- H₀ : Pandemi Covid-19 dan minat belanja secara parsial tidak berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.
- H₁ : Pandemi Covid-19 dan minat belanja secara parsial berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* (ShopeePay) oleh Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo.

Tabel 4.13
Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1549.066	2	774.533	14.961	.000 ^b
	Residual	4814.590	93	51.770		
	Total	6363.656	95			
a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay b. Predictors: (Constant), Minat Belanja Mahasiswa, Pandemi Covid-19						

Sumber : Data yang diolah

Rumus menentukan f tabel : $f = k; n - k = 2; 96 - 2 = (2; 94)$ diperoleh f tabel sebesar 3,09 sedangkan berdasarkan tabel diatas f hitung memperoleh 14,961. F hitung 14,961 > f tabel 3,09 hasil ini menjelaskan bahwa seluruh variabel bebas X_1 pandemi Covid-19 dan X_2 minat belanja mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4.3.5.2 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 4.14
Hasil Uji R Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	0.243	0.227	7.195
a. Predictors: (Constant), Minat Belanja Mahasiswa, Pandemi Covid-19				

Sumber : Data yang diolah

Tabel di atas menjelaskan hasil dari uji koefisien determinasi memperoleh nilai *Adjusted R Square* 0,227 atau 22,7%. Dapat diartikan bahwa variabel X_1 pandemi Covid-19 dan X_2 minat belanja mahasiswa berpengaruh secara bersamaan sebesar 22,7% sedangkan 77,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan *E-wallet* ShopeePay

Hasil dari uji hipotesis variabel X_1 pandemi Covid-19 terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay memperoleh nilai t hitung lebih tinggi dibanding t tabel yaitu $2,259 > 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,026 > 0,05$ maka H_a diterima. Hasil perhitungan uji t menyatakan positif, maka dapat dikatakan variabel X_1 pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang linier dengan variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap umat manusia di seluruh dunia, salah satunya membatasi mobilitas seseorang. Maka adanya *e-wallet* merupakan salah satu alternatif untuk melakukan kegiatan

ekonomi seperti jual beli online tanpa harus bertatap muka antar pembeli dan penjual.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fariza Alamanda Putri, dkk, yang berjudul “Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mempengaruhi penggunaan *e-money* oleh mahasiswa Jabodetabek. Hasil uji Tanda, Z hitung sebesar $-1,528$ dan p-value sebesar $0,00000000025743$.⁶³ P-value > Z hitung yang artinya mahasiswa Jabodetabek mengalami peningkatan pengeluaran saat pandemi berlangsung. Maka dari itu hipotesis H0 ditolak dan H1 diterima. H0 menyatakan tidak ada peningkatan intensitas top up e-wallet selama pandemi Covid-19 sedangkan H1 ada peningkatan intensitas top up *e-wallet* selama pandem. Bukan tanpa alasan, mahasiswa merupakan masyarakat yang mendominasi tentang perkembangan zaman dan teknologi. Sehingga ketika pemerintah menerapkan PSBB, maka pengguna *e-wallet* terbanyak adalah dari kalangan mahasiswa.

Penelitian Fariza dkk berkesimpulan sama dengan penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penggunaan *e-wallet* ShopeePay oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Intan Kesuma Ratu, dkk, menjelaskan hasil penelitian bahwa dampak pandemi Covid-19 mempengaruhi kebiasaan masyarakat, yang akibatnya penggunaan *e-money* meningkat. Masyarakat berusaha menghindari penyebaran Covid-19 salah satunya mengurangi pembayaran uang tunai dan berpindah menggunakan *e-money*.⁶⁴ Hasil penelitian Intan Kusuma menggunakan metode kualitatif deskriptif selaras dengan penelitian ini karena pandemi Covid-19 mempengaruhi pada penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

⁶³ Fariza Alamanda Putri, et ai, *Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek*, Unpad, Jurnal Seminar Nasional Statistika X, 2021, hlm. 7

⁶⁴ Intan kesuma Ratu, et ai. *Meningkatnya Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Berbasis Server Dimasa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Syariah*, Jurnal perbankan Syariah, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2022, Volume 3, No 1, hlm. 78

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Fatoni, dkk, menjelaskan dampak dari pandemi Covid-19. Siti dkk, menjelaskan bahwa penurunan aktivitas pusat bisnis di Jakarta sebesar 53%. Data tersebut merupakan sebagai salah satu penyebab meningkatnya pengguna *e-wallet* sebesar 300%. Adanya *e-wallet* ini untuk menjadi alternatif konsumen untuk melakukan transaksi di tengah kondisi pandemi Covid-19.⁶⁵ Penelitian ini menggunakan metode literatur pustaka (*library research*).

4.4.2 Pengaruh Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *E-wallet*

ShopeePay

Hasil dari hipotesis variabel X_2 minat belanja mahasiswa terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay memperoleh nilai t hitung lebih tinggi dibanding t tabel yaitu $3,099 > 1.985$ dengan nilai signifikasnsi $0,003 < 0,05$ maka H_a diterima. diterima. Hasil perhitungan uji t menyatakan positif, maka dapat dikatakan variabel X_2 minat belanja mahasiswa memiliki pengaruh yang linier dengan variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

Skripsi yang ditulis oleh Erfi Syahina Farahdiba, mahasiswa Universitas Indonesia dengan judul “Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna *e-wallet* (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan *e-wallet* OVO di Yogyakarta)” Menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat mempengaruhi penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian Erfi menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebar angket kepada mahasiswa yang sebagai sampel. Setelah dilakukan uji T, mendapatkan hasil nilai signifikansi 0,042. Dengan nilai signifikansi 5%, maka $0,042 < 0,05$ artinya hipotesis diterima, variabel perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet* OVO oleh mahasiswa di Yogyakarta.⁶⁶ Erfi, menggunakan variabel konsumtif ini sama tutjuannya dengan variabel penelitian ini yaitu minat belanja. Karena kegiatan

⁶⁵ Siti Nur Fatoni, et ai, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia*, Universitas Gnung Djati : Bandung : 2020, hlm. 7

⁶⁶ Erfi Syahnia Farahdiba, *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*, Skripsi S1Ekonomi, Universitas Indonesia, 2019, hlm. 58

belanja dan membeli sesuatu merupakan kegiatan yang konsumtif, membeli sesuatu untuk dikonsumsi atau untuk dimanfaatkan.

Penelitian dari Siti Rodiah, skripsi S1 Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Semarang dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Pada Generasi Milenial Kota Semarang” menyatakan beberapa hasil penelitian. Siti menggunakan 4 variabel dependen dalam penelitiannya dan semua variabel secara bersamaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*. 4 variabel tersebut adalah Persepsi kemudahan, Kemanfaatan, Risiko dan kepercayaan. Dengan menggunakan Uji F, nilai signifikansi 5%, jika hasil hitung $< 0,05$ maka H_0 variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersamaan, ditolak dan H_1 variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersamaan, diterima. Siti mendapatkan hasil Uji F dengan nilai $0,00 < 0,05$ maka 4 variabel dependen secara bersamaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*⁶⁷.

Penelitian Siti sekilas tidak sama, namun penelitian ini mendefinisikan sama dengan variabel penelitian Siti. Minat belanja mengandung unsur kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Jadi jika hasil penelitian Siti sama dengan penelitian ini yang berkorelasi positif dan secara simultan dapat mempengaruhi penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini mendapatkan kesimpulan yang sama dengan penelitian yang ditulis oleh Yasina Maulida dan Nila Tristiarini yang berjudul “Pengaruh Sistem Pembayaran *e-money* Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang”. Yasina mengambil populasi dari penduduk kota Semarang yang menyebabkan tidak diketahuinya jumlah pasti populasi, maka untuk mendapatkan sampel, yasina menggunakan metode *lemeshow* .dengan menggunakan 3 variabel (kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan/resiko), maka dilakukan uji F Memperoleh hasil F hitung 0,00. Maka nilai F hitung tidak

⁶⁷ Siti Rodiah, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2020, hlm. 82

lebih besar dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Dapat diartikan bahwa 3 variabel (X_1 , X_2 , dan X_3) secara bersamaan atau simultan berpengaruh terhadap faktor Y atau penggunaan *e-wallet*.⁶⁸

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu minat belanja mahasiswa, hal ini sama dengan penelitian Yasina yang menggunakan populasi dan sampel dari Semarang. Penelitian ini menggunakan variabel tidak bebas penggunaan *e-wallet*, pengguna memilih *e-wallet* dibanding uang kartal karena keefektifan, kemanfaatan, kemudahan dan keamanan dalam menggunakan *e-wallet*. Hal ini sama dengan penelitian Yasinta dan memperoleh hasil variabel bebas berpengaruh pada variabel tidak bebas.

Minat belanja mahasiswa berpengaruh positif dengan penggunaan *e-wallet* ShopeePay, karena tingginya kebutuhan mahasiswa atas dirinya. Maka untuk memenuhi kebutuhan, atau hanya sekedar memenuhi hobi, mahasiswa memilih dengan belanja online di Shopee. Maka jika mahasiswa belanja online di Shopee, maka mahasiswa akan lebih mudah dengan menggunakan *e-wallet* ShopeePay karena banyak manfaat dan kelebihan ShopeePay ditawarkan. Shopee menjadi pilihan mahasiswa karena Shopee adalah aplikasi yang sudah sangat familiar di kalangan mahasiswa.

⁶⁸ Yasinta Maulida Rohmah, et al, *Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang*, Jurnal Akuntansi dan Pajak, 2021, hlm. 8.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan beberapa uji pada penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 dan Minat Belanja Mahasiswa Terhadap Penggunaan *E-wallet* ShopeePay Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang” maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel X1 pandemi Covid-19 berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Dengan hasil uji t memperoleh nilai t hitung $2,259 > 1,985$ t tabel dengan nilai signifikansi $0,026 > 0,05$ maka hipotesis H1 diterima. Artinya semakin lama pandemi berlangsung maka akan berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* ShopeePay.
2. Variabel X2 minat belanja mahasiswa berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Dengan hasil uji t memperoleh nilai t hitung $3,099 > 1,985$ t tabel dengan nilai signifikasnsi $0,003 < 0,05$ maka hipotesis H2 diterima. Artinya semakin besar minat belanja mahasiswa akan semakin banyak yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay.
3. Mengacu pada hasil uji F (simultan) variabel X1 pandemi Covid-19 dan variabel X2 minat balanja mahasiswa secara simultan berpengaruh bersamaan terhadap variabel Y penggunaan *e-wallet* ShopeePay dengan hasil uji F, f hitung $3,099 > 1,985$ f tabwldengan nilai signifikasnsi $0,003 < 0,05$ maka Ha diterima

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam hal waktu, (pandemi Covid-19) hal ini berdampak pada durasi waktu dalam pengerjaan penelitian.

5.3 Saran

Peneliti sadar akan banyak kekurangan pada penelitian ini, maka dari itu peneliti akan mengutarakan saran demi penelitian yang akan datang supaya meneliti lebih baik lagi.

1. Saat pandemi ini berlangsung, manfaatkan teknologi semaksimal mungkin untuk beradaptasi pada perubahan kebiasaan masyarakat yang berubah secara besar-besaran

salah satunya memanfaatkan *e-wallet* sebagai alat transaksi pengganti uang fisik karena memiliki banyak manfaat dan kegunaan.

2. Dengan minat belanja mahasiswa yang tinggi, sudah semestinya dapat dipandang sebagai peluang usaha bagi banyak orang khususnya mahasiswa itu sendiri. Dengan fitur *e-wallet* yang ditawarkan, dapat memudahkan proses jual beli dan dapat menambah omset usaa.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang mengsusung kasus yang serupa untuk menambah atau mencari variabel lain yang lebih relevan dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- AG, Sugiyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*, Jakarta : Intidayu Press.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Edgar, Alvin Prmana, dkk. (2021), *Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. Surabaya “ Jurnal Teknoinfo, Vol. 15, No 1.
- Field, Lithfe Adam dan Dewa Ketut Sukardi, (1973). *Crow Crow, An Out Line of General Psychology*. Jakarta: Aksara Baru.
- Garaika dan Darmanah. (2019). Lampung : CV Hira Tech.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bella Fidanty Shahnaz, Nanda, et al, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online*, Management Analysis Journal : Universitas Negeri Semarang, hlm. 392
- Gugus Tugas Penanganan Covid-19. (2020). *Protokol Percepatan Penanganan Pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2019)*. Covid19.go.id.
- Hanobaton, S. (2020), *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, 2020 Jurnal of Education, Psycologi and counseling, , Vol 2, No1.
- Instruksi Menteri Dalam Negeri no. 55 TAHUN 2021.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga,
- Mujahidin, Ahmad. (2007). . *Ekonomi Islam*. . Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020.
- Pinaringan, Akas Sulaju, dkk. (2021). *Statistik Ekonomi 1*. Yogyakarta : Zahir Publishing.
- Sihan, Matdio. (2020), *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, Jurnal Kajian Ilmiah, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. No 1.
- Sugiyono. (2003). , *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Supardi. (1993). *Populas dan Sampel Penelitian*, UNNISA. No 17.

Surat Edaran Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 4 Tahun 2020.

Yuliana. 2020, *corona virus Diseases (Covid-19); Sebuah tinjauan Literatur*, Wellnes And Healty Magazine. Vol 2, No 1.

Ayuk Wahdanfiari, 2014, *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri*, Skripsi Tulungagung : IAIN Tulungagung.

Syahnia Farahdiba, Erfi, 2019, *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*, Skripsi S1Ekonomi, Universitas Indonesia

Maulida Rohmah, Yasinta, et al, 2021, *Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang*, Jurnal Akuntansi dan Pajak.

Rodiah, Siti, 2020, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*, Skripsi, Universitas Negeri Semarang.

Yuliara, I Made, 2016, *Regresi Linear Berganda*, Bali : Universitas Udayana.

Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Seamrang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Huang C, 2020, et al. *Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China*. Lancet. 2020;395(10223): hlm. 497-506.

Susilo, Adityo, 2020, et ai. *Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini*, Jakarta.

Zaki Rahman, Muhammad, 2021, *Vernakularisasi Tafsir Ayat Suci Lenyepeneun Tentang Jual Beli Dalam Qs. Al-Baqarah Ayat 275 Dan Relevansinya Terhadap Jual Beli Online*, Jurnal : Ilmu Al-Qur`an dan Tafsir.

- Matdio, Sihaan, 2020, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, Jurnal Kajian Ilmiah, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Kesuma, Ratu, Intan, et ai, 2022, *Meningkatnya Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Berbasis Server Dimasa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Syariah*, Jurnal perbankan Syariah, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
- Nur Fatoni, Siti, et ai, 2020, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia*, Universitas Gnung Djati : Bandung.
- AG.Suyono, et al, 2012, *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*, Intidayu Press. Jakarta.
- Zahreza Fajar Setiara Putra, et al, 2014, *Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0*, Jurnal JARKOM.
- Akas Pinarigan Sulaju, et al, 2021, *Statistik Ekonomi 1*,.Yogyakarta, Zahir Publishing.
- Garaika dan Darmanah, 2019, *Metode Penelitian*, Lampung, CV HIRA TECH.
- Kotler dan Keller, 2020, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Hanobatun, S, 2020, *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, Jurnal of Education, Psycologi and counseling.
- Prasetyo, Bambang, et al, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fariza Alamanda Putri, et ai, 2021, *Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek*, Unpad, Jurnal Seminar Nasional Statistika X.
- Azwar, Saifudin. 2001, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Supardi, 1993, *Populas dan Sampel Penelitian*, UNNIS.
- Made, I Yuliara. (2016). *Regresi Linear Berganda*. Bali : Universitas Udayana.
- <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>. diakses november 2021

<https://pascasarjana.esaunggul.ac.id/index.php/2016/08/29/pengukuran-variabel-dalam-penelitian/> diakses Desember 2021, Jam 23:41.

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, Diakses 1 Maret 2022, 23:46.

<https://help.Shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>, 26 November 2021, 19:47.

<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5781536/kapan-covid-19-masuk-ke-indonesia-begini-kronologinya>, Diakses 8 Desember 2021, Jam 19:46.

<https://www.konsumendigital.com/2019/04/inilah-45-daftar-website-situs-toko.html>, di akses, 1 Maret 2022, 20:18.

https://walisongo.ac.id/?page_id=10000000008603, Diakses 4 Maret 2022, Jam 10:23.

<https://Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.walisongo.ac.id/tentang/profil-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-uin-walisongo/>, Diakses 4 Maret 11:31.

LAMPIRAN I**KUESIONER**

ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 DAN MINAT BELANJA MAHASISWA
TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET* (SHOPEEPAY) STUDI KASUS MAHASISWA
FEBI UIN WALISONGO SEMARANG

Data Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Jurusan :

Angkaran :

A. Pandemi Covid-19

No	Pertanyaan	ss	s	n	ts	sts
1	Kondisi perekonomian saya mengalami permasalahan saat terjadi pandemi Covid-19					
2	Pendapatan saya menurun saat pandemi Covid-19					
3	Saya mengalami kesulitan ekonomi saat pandemi Covid-19					
4	Saya lebih membatasi aktivitas diluar guna menjaga jarak saat pandemi Covid-19					
5	Saya lebih berhati-hati dalam beraktivitas karena penyebaran pandemi Covid-19 sangatlah mudah menular dan cepat					

6	Saya mempercayai penyebaran Covid-19 bisa dengan beberapa perantara (pernapasan, kontak fisik, dan uang kertas.)					
7	Saya belanja suatu produk di Shopee, dapat meningkatkan kepercayaan diri saya dihadapan orang lain.					
8	Saya membeli produk di Shopee sesuai trend supaya mndapat pujian teman.					
9	Saya membeli produk di Shopee untuk meningkatkan harga diri.					
10	Saya membeli produk di Shopee demi mendapatkan pujian teman.					
11	Saya membeli produk di Shopee seususai kebutuhan.					
12	Saya belanja produk di Shopee untuk memenuhi kebutuhan terkait aktivitas dalam perkuliahan					
13	Saya membeli banyak masker di Shopee karena trauma saya terpapar Covid-19					
14	Saya belanja di Shopee sesuai Brand favorit saya.					
15	Saya akan membeli apasaja yang terkait dengan idola saya					
16	Saya membeli produk online yang mendukung hobi saya					
17	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena dapat mempercepat transaksi belanja					
18	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena dapat digunakan setiap saat					
19	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena dapat diakses dimanapun					
20	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena nyaman dipakai					
21	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena mudah dioperasikan					
22	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena disetiap transaksi harus memasukkan sandi guna mengamankan saldo					
23	Saya mengguanakan <i>e-wallet</i> karena akun saya tidak bisa diakses orang lain					

24	Saya selama menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay tidak pernah kehilangan saldo					
25	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena cukup menggunakan smartphone untuk bertransaksi					
26	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena tidak memerlukan ruang penyimpanan lebih					

LAMPIRAN II

HASIL KUESIONER

1. Data responden skor variabel X1 Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	3	4	4	26
5	5	3	5	5	5	28
4	3	4	5	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
3	3	2	3	4	4	19
5	5	5	4	4	5	28
3	3	3	4	4	4	21
4	4	2	5	5	5	25
5	5	5	3	5	5	28
3	3	5	5	5	5	26
4	3	3	4	4	4	22
3	3	2	3	3	3	17
4	3	4	4	4	5	24
3	3	3	5	5	5	24
3	3	3	4	4	4	21
2	1	4	3	5	5	20
3	2	2	3	4	4	18
4	4	3	5	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	1	5	5	5	5	26
4	5	3	5	2	5	24
4	4	4	4	4	4	24
3	5	3	5	5	5	26
3	5	5	5	5	3	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	2	5	5	22
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	3	3	5	19
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	5	27
3	3	3	4	5	3	21
5	5	5	4	5	5	29
4	4	3	4	5	3	23
4	4	5	5	3	2	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	3	20
4	3	4	5	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	4	26
4	4	3	5	5	5	26
3	3	3	4	4	4	21
4	4	2	5	5	5	25
5	4	4	4	4	5	26
4	3	4	4	5	5	25
4	4	4	5	5	4	26
5	5	2	4	4	5	25
2	2	2	4	4	4	18
4	4	4	4	5	5	26
4	3	4	3	3	3	20
4	5	4	4	4	4	25
5	4	3	5	5	3	25
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	26
5	4	4	5	5	5	28
5	5	4	5	5	4	28
4	4	3	4	4	3	22
5	4	4	3	3	5	24
4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	5	28
3	3	3	4	4	3	20
4	4	3	4	4	4	23
5	5	3	5	5	5	28
4	4	3	4	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	5	22
4	4	2	3	3	2	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	3	19
3	3	2	5	5	5	23

4	4	4	4	3	4	23
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	5	4	3	23
5	5	5	3	5	5	28
4	4	4	5	5	4	26
2	2	2	5	5	3	19

2. Data responden skor variabel X2 Minat Belanja Mahasiswa

Minat Belanja Mahasiswa										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
2	2	1	2	4	3	2	5	2	4	27
3	2	1	1	4	3	1	1	1	3	20
3	2	1	1	5	3	3	4	4	2	28
3	2	1	1	4	4	3	4	2	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	1	1	3	5	4	3	5	2	3	30
3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	35
3	2	2	2	4	3	2	4	3	4	29
4	1	1	1	5	5	3	4	4	4	32
1	1	1	1	5	1	1	3	1	5	20
4	1	1	1	5	5	3	5	5	5	35
3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	32
4	1	1	1	3	3	1	1	2	2	19
3	1	1	3	5	5	1	3	1	3	26
4	1	1	1	5	4	5	4	4	5	34
3	2	2	2	4	3	2	4	3	4	29
1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	13
3	2	1	1	3	3	1	2	1	2	19
4	3	3	3	5	4	2	2	1	1	28
1	2	1	1	5	5	4	5	5	3	32
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
3	2	1	2	4	3	2	2	3	4	26
4	1	1	1	5	5	2	3	2	3	27
4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	2	2	2	4	4	1	1	1	1	20
5	1	2	5	4	5	1	5	5	2	35
4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	33
3	3	4	3	5	5	3	5	5	3	39
2	1	1	1	5	5	1	1	2	1	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	37
4	3	2	2	5	3	1	4	5	5	34

5	3	3	1	5	5	2	3	5	1	33
4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	36
4	1	1	3	5	5	1	1	3	3	27
3	2	2	3	4	4	2	2	4	2	28
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	3	3	3	5	5	3	3	5	3	37
5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	42
4	1	1	1	4	4	3	3	5	4	30
2	1	1	1	3	3	4	4	2	3	24
5	2	2	3	5	5	3	4	2	4	35
3	1	1	1	5	4	3	3	3	4	28
5	1	1	3	3	3	3	5	2	5	31
4	1	1	1	5	4	1	1	3	5	26
2	1	1	2	4	3	2	3	3	3	24
2	1	2	3	5	4	2	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	2	1	3	3	5	4	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	3	3	5	5	2	4	3	5	38
4	3	3	4	5	5	2	3	3	4	36
2	1	1	1	4	3	2	5	3	4	26
2	3	1	1	4	4	1	3	3	3	25
3	3	1	2	4	5	3	3	3	3	30
3	1	1	1	5	5	3	4	4	3	30
4	2	1	2	4	4	3	3	2	2	27
5	1	1	1	5	5	1	4	1	5	29
4	1	1	1	4	4	3	4	1	3	26
4	3	2	2	5	4	2	3	2	3	30
2	1	1	1	4	4	5	4	3	2	27
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	34
4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	35
4	2	1	1	3	3	3	4	2	4	27
3	3	2	2	4	4	2	3	4	4	31
4	1	1	1	3	3	3	3	4	4	27
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
5	2	1	1	5	3	1	2	3	2	25
3	1	1	2	5	5	2	3	1	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	5	4	2	5	2	4	36
2	1	1	1	5	3	2	4	2	4	25
3	2	2	3	5	4	2	3	2	3	29
5	1	1	1	5	5	1	3	5	3	30
3	1	1	1	5	5	1	3	3	3	26
4	3	3	3	5	5	3	5	5	5	41
4	2	2	3	4	4	2	4	2	3	30
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33

5	2	1	3	5	5	3	4	3	4	35
1	1	1	2	5	4	1	1	3	2	21
4	1	1	1	5	4	2	2	4	4	28
2	1	1	1	5	5	1	5	5	5	31
1	1	1	1	4	3	1	4	1	1	18
3	3	3	3	5	4	3	4	5	4	37
3	3	3	3	5	4	2	4	2	4	33
4	1	1	1	5	5	3	5	3	5	33
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	26
3	3	3	3	4	4	5	5	4	5	39
2	1	1	1	5	3	2	3	2	2	22
3	3	3	3	5	4	1	4	3	4	33
1	1	1	1	5	5	1	5	1	1	22

3. Data responden skor variabel X2 Minat Belanja Mahasiswa

Penggunaan <i>E-wallet</i> ShopeePay											
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Total
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	38
1	2	3	1	1	2	2	2	1	2	3	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	4	5	5	4	5	5	2	2	3	45
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	51
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
1	2	2	1	3	2	2	2	1	3	1	20
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	34
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	52
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	50
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	51
5	4	3	5	4	2	5	4	5	4	4	45

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	53
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	41
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	52
5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	49
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	53
4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	46
3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	35
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	51
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
2	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	51
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	43
4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	47
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	46
4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	4	3	4	4	3	2	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	2	3	5	4	4	3	5	4	5	41
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	53

LAMPIRAN III

HASIL UTPUT

Uji Validitas Variabel (X1) Pandemi Covid-19

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.747**	.618**	.370*	.270**	.424**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.008	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.747**	1	.510**	.366*	.199	.271**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.052	.008	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.618**	.510**	1	.262*	.301**	.362**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.003	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.370**	.366**	.262**	1	.588**	.341**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010		.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.270**	.199	.301**	.588*	1	.481**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.008	.052	.003	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.424**	.271**	.362**	.341*	.481**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000	.001	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.820**	.751**	.744**	.659*	.628**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

Uji Validitas Variabel (X2) Minat Belanja Mahasiswa

Correlations												
		X2. 1	X2. 2	X2. .3	X 2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2.8	X2. 9	X2. 10	Tot al
X2.1	Pearson Correlation	1	.428**	.435**	.452**	.141	.426**	.348**	.202*	.344**	.404**	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.172	.000	.001	.049	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.428**	1	.904**	.748**	.037	.178	.547**	.322**	.411**	.323**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.718	.083	.000	.001	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.435**	.904**	1	.839**	.161	.262*	.549**	.378**	.462**	.341**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.116	.010	.000	.000	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.452**	.748**	.839**	1	.092	.306**	.466**	.378**	.347**	.337**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.371	.002	.000	.000	.001	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.141	.037	.161	.08392	1	.537**	-.026	.140	.210*	.201*	.303**
	Sig. (2-tailed)	.172	.718	.116	.371		.000	.798	.175	.040	.050	.003
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.426**	.178	.262*	.37406**	.0377**	1	.243*	.278**	.375**	.163	.518**

	Sig. (2-tailed)	.00 0	.08 3	.01 0	.0 02	.00 0		.01 7	.006	.00 0	.11 3	.00 0
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.7	Pearson Correlation	.34 8**	.54 7**	.54 9**	.4 66 **	- .02 6	.24 3*	1	.578 **	.48 6**	.44 5**	.73 3**
	Sig. (2-tailed)	.00 1	.00 0	.00 0	.0 00	.79 8	.01 7		.000	.00 0	.00 0	.00 0
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.8	Pearson Correlation	.20 2*	.32 2**	.37 8**	.3 78 **	.14 0	.27 8**	.57 8**	1	.39 8**	.52 9**	.64 8**
	Sig. (2-tailed)	.04 9	.00 1	.00 0	.0 00	.17 5	.00 6	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.9	Pearson Correlation	.34 4**	.41 1**	.46 2**	.3 47 **	.21 0*	.37 5**	.48 6**	.398 **	1	.40 8**	.68 3**
	Sig. (2-tailed)	.00 1	.00 0	.00 0	.0 01	.04 0	.00 0	.00 0	.000		.00 0	.00 0
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	.40 4**	.32 3**	.34 1**	.3 37 **	.20 1*	.16 3	.44 5**	.529 **	.40 8**	1	.63 6**
	Sig. (2-tailed)	.00 0	.00 1	.00 1	.0 01	.05 0	.11 3	.00 0	.000	.00 0		.00 0
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.63 1**	.77 5**	.83 2**	.7 76 **	.30 3**	.51 8**	.73 3**	.648 **	.68 3**	.63 6**	1
	Sig. (2-tailed)	.00 0	.00 0	.00 0	.0 00	.00 3	.00 0	.00 0	.000	.00 0	.00 0	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas Variabel (Y) Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay

Y.7	Pearson Correlation	.764**	.750**	.720**	.770**	.757**	.715**	1	.684**	.751**	.581**	.724**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.8	Pearson Correlation	.546**	.512**	.579**	.597**	.536**	.530**	.684**	1	.582**	.511**	.545**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.9	Pearson Correlation	.692**	.675**	.677**	.738**	.723**	.698**	.751**	.582**	1	.669**	.800**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.10	Pearson Correlation	.615**	.596**	.624**	.609**	.633**	.595**	.581**	.511**	.669**	1	.668**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.11	Pearson Correlation	.751**	.737**	.794**	.763**	.777**	.768**	.724**	.545**	.800**	.668**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.895**	.900**	.908**	.919**	.914**	.865**	.870**	.708**	.849**	.754**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

UJI RELIABELITAS

1. Variabel X1 Pandemi Covid-19

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

2. Variabel X2 Minat Belanja Mahasiswa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	10

3. Variabel Y Penggunaan *E-wallet* ShopeePay

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	11

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

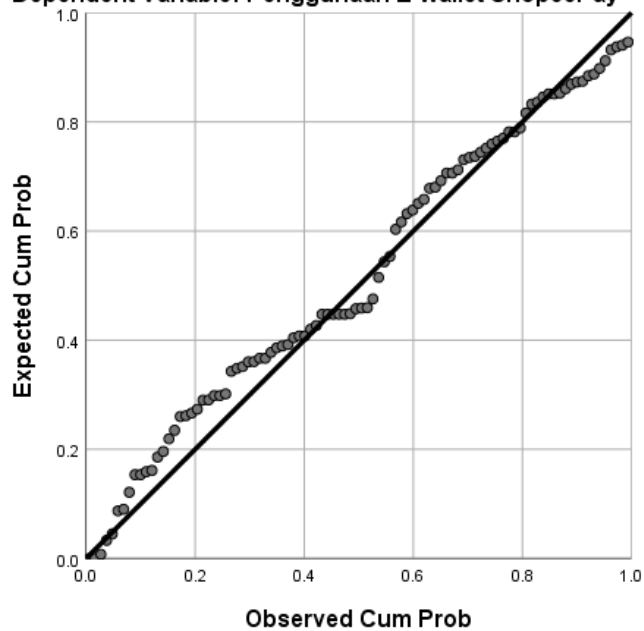
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.11898113
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.062
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.048 ^c

Grfik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.297	5.114		4.360	.000		
	Pandemi Covid19	.532	.235	.238	2.259	.026	.733	1.364
	Minat Belanja Mahasiswa	.354	.114	.326	3.099	.003	.733	1.364

a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay

Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.432**	-.030
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.770
		N	96	96	96
	X2	Correlation Coefficient	.432**	1.000	-.146
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.155
		N	96	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.030	-.146	1.000
		Sig. (2-tailed)	.770	.155	.
		N	96	96	96

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

Uji Linierberganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.297	5.114		4.360	0.000
	Pandemi Covid-19	0.532	0.235	0.238	2.259	0.026
	Minat Belanja Mahasiswa	0.354	0.114	0.326	3.099	0.003

a. Dependent Variable: Penggunaan E-wallet ShopeePay

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : Muhammad Ilham Setiyawan
Tempat, Tanggal Lahir : Jepara, 08 November 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Ds. Banjaran 02/05. Kec. Bangsri, Kab. Jepara, Prov. Jawa Tengah
No Hp : 081228842585

Riwayat Pendidikan Formal :

1. MI Miftahul Ulum Srikandang
2. SMP IT Amsilati
3. MA Amsilati
4. S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang