PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP MINAT GENERASI MUDA MUSLIM MENGGUNAKAN LAYANAN *PAYLATER*

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Ekonomi Islam

Oleh:

FATASYA UZMATUL HASANAH

NIM. 2105026144

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. 024) 7608454
Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n Sdr. Fatasya Uzmatul Hasanah
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudari

Nama	:	Fatasya Uzmatul Hasanah
NIM	:	2105026144
Program Studi	:	S1 Ekonomi Islam
Judul	:	Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater* (Studi Kasus Mahasiswa S1 di Kecamatan Tembalang)

Dengan ini, kami mohon kiranya skripsi saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb

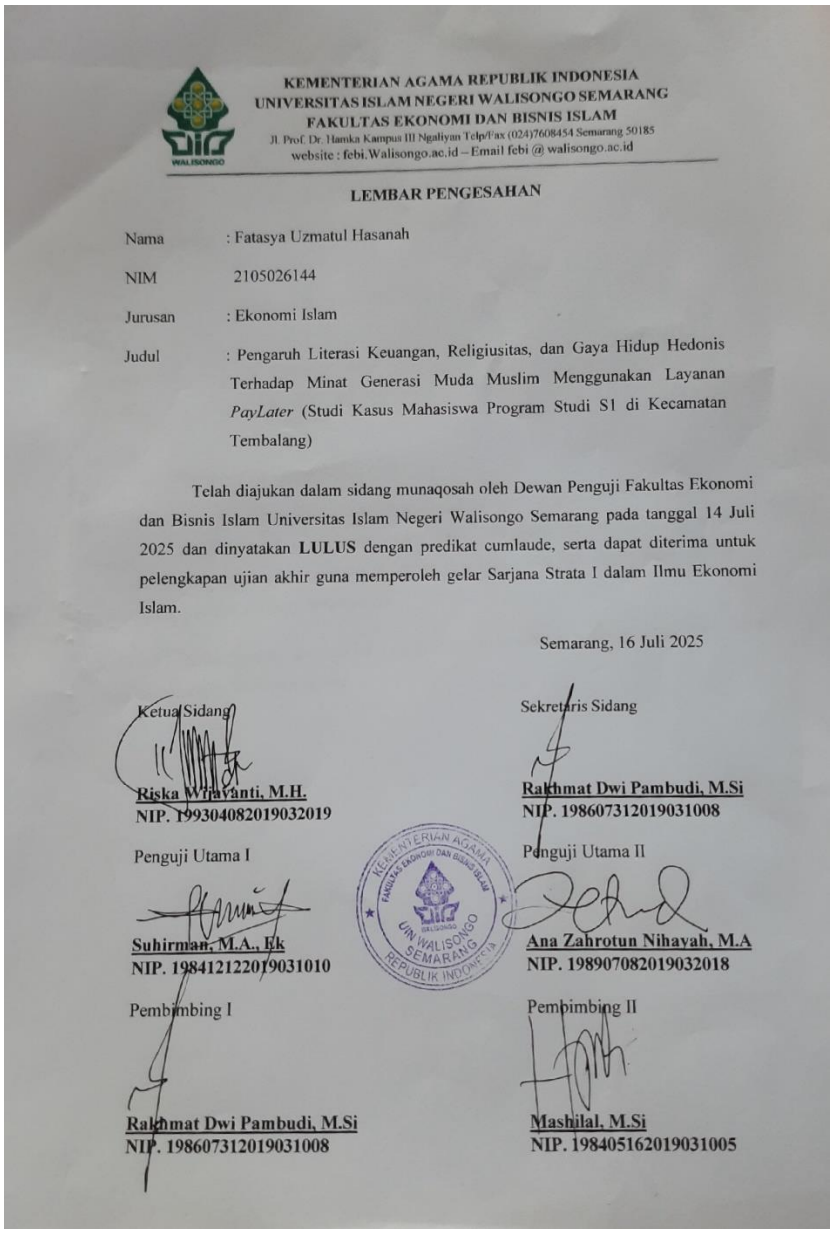
Semarang, 30 Juni 2025

PEMBIMBING

Pembimbing I	Pembimbing II
Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si	**Mashilal, M.Si**
NIP. 198607312019031008	**NIP. 198405162019031005**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fatasya Uzmatul Hasanah

NIM 2105026144

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater* (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)

Telah diajukan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 14 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude, serta dapat diterima untuk pelengkapan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 16 Juli 2025

Ketua Sidang

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Sekretaris Sidang

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si
NIP. 198607312019031008

Penguji Utama I

Suhirman, M.A., Ek
NIP. 198412122019031010

Penguji Utama II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A
NIP. 198907082019032018

Pembimbing I

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si
NIP. 198607312019031008

Pembimbing II

Mashilal, M.Si
NIP. 198405162019031005

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang sudah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 24 Juni 2025



Fatasya Uzmatul Hasanah

NIM.2105026144

Dipindai dengan CamScanner

MOTTO

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِذَا قِيْلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوْا فِى الْمَجٰلِسِ فَافْسَحُوْا يَفْسَحِ اللّٰهُ لَكُمْۚ

Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. (Q.S al-Mujadalah:11)

فَاِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۙ اِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۗ

Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah:5-6)

Don't listen to them
'Cause what do they know
We need each other, to have, to hold
They'll see in time, I know
-Niki-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang dinantikan syafaa'atnya kelak di Yaumul Qiyamah.

Skripsi ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mohklisin dan Ibu Lushandiyah yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang serta cinta yang tulus. Berkat do'a serta dukungan semangat yang tiada henti mereka berikan, saya bisa melangkah sejauh ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang panjang, rezeki yang barokah, manfaat, dan luas supaya bisa terus mendampingi saya hingga menjadi anak yang membanggakan kelak.
2. Adikku tersayang, Muhammad Husain Nawawi, terima kasih sudah selalu mendukung, membantu, dan menghibur di setiap langkahku. Semoga kita menjadi anak yang selalu berbakti kepada kedua orang tua.
3. Mbah Napsiyah, nenek yang telah merawat saya dari kecil, memberikan kasih sayang, perhatian, dan do'a sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
4. Dosen pembimbing yang saya hormati, Pak Rakhmat Dwi Pambudi dan Pak Mashilal. Terima kasih telah membantu, membimbing, dan mengarahkan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Serta selalu sabar ketika penulis melakukan kesalahan. Semoga diberikan kesehatan dan keberkahan dalam hidupnya.
5. *My best partner*. Terima kasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari. Selalu memberikan dukungan dan semangat pada penulis dan siap sedia mendenganrkan seluruh cerita-cerita hidup saya kapanpun dan dimanapun berada. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya hingga sekarang ini. Semoga sukses, sehat, diberikan kemudahan dalam setiap langkah, dan diberikan

rezeki yang melimpah, serta senantiasa dilindungi dimanapun dan kapanpun kamu melangkah. Mari tetap berjuang bersama hingga pulang ke rumah yang sama.

6. Sepupuku tercinta, Adisa Zida Kamila, terima kasih telah bersedia untuk penulis repotkan untuk membatu penelitian hingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.
7. Teman-teman KKN MIT Posko 115, terima kasih telah memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman angkatan 2021 terutama Ekonomi Islam D, terima kasih telah membersamai saya pada masa-masa perkuliahan, semoga kalian sukses terus.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebut namanya satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. *Last but not least,* Fatasya Uzmatul Hasanah, ya! Diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, sudah berhasil menyelesaikan apa yang telah dimulai, dan selalu berani untuk mencoba hal-hal baru. Walaupun dalam perjalanannya sering kali mengeluh, ingin menyerah dan putus asa atas beberapa usaha yang tidak sebanding dengan hasilnya, namun terima kasih telah menjadi manusia yang kuat yang selalu bisa mengandalkan diri sendiri. Terima kasih telah berusaha dan bertahan sejauh ini, *u are best girl.* Semoga hal-hal baik senantiasa mengiringi dalam setiap langkah.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	r	Er

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof

ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْـَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْـَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Perkembangan di bidang *financial technology*, salah satunya adalah *PayLater*. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian secara kredit dengan pembayaran yang ditunda, sehingga menjadi pilihan menarik bagi generasi muda, terutama di kalangan mahasiswa. Namun, penggunaan layanan ini juga menimbulkan tantangan, terutama dalam hal pengelolaan keuangan yang bijak. Penelitian ini mempelajari pengaruh literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis terhadap minat generasi muda muslim mengunakan layanan *PayLater*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 orang di wilayah kecamatan Tembalang. Data dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner secara online kepada mahasiswa S1 yang sedang menempuh pendidikan di wilayah Kecamatan Tembalang melalui *google form* dengan menggunakan skala likert 1-5. Penelitian ini menggunakan bantuan alat analisa statistik berupa program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater*. Variabel religiusitas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater*. Kemudian variabel gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater*.

Kata kunci: literasi keuangan, religiusitas, gaya hidup hedonis, minat, dan *PayLater*.

ABSTRACT

One of the developments in financial technology is PayLater. This service allows users to make purchases on credit with deferred payments, making it an attractive option for the younger generation, especially among students. However, the use of this service also poses challenges, especially in terms of wise financial management. This research studies the influence of financial literacy, religiosity, and hedonic lifestyle on the interest of young Muslims in using PayLater services.

This research uses quantitative methods, by distributing questionnaires to 100 people in the Tembalang sub-district area. Data was collected by distributing questionnaires online to undergraduate students who are studying in the Tembalang District area through google form using a Likert scale of 1-5. This study uses the help of statistical analysis tools in the form of the SPSS program.

The results showed that the financial literacy variable has a negative and insignificant effect on the interest of young Muslim generations in using PayLater services. The religiosity variable has a negative and insignificant effect on the interest of the young Muslim generation in using PayLater services. Then the hedonic lifestyle variable has a positive and significant influence on the interest of the Muslim younger generation in using PayLater services.

Keywords: financial literacy, religiosity, hedonic lifestyle, interest, and PayLater.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang ditujukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Sarjana Starta (S1) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak di hari akhir nanti. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Nizar Ali, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta Wakil Rektor I, II, dan III UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, III serta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Ferry Khusnul Mubarok, M.A., selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Mashilal, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Elysa Najachah, M.A., selaku Wali Dosen yang mendampingi dan membimbing penulis selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik dan mengajarkan penulis tentang berbagai ilmu dan pengetahuan baru yang membuat penulis dapat menyelesaikan studi ini.

8. Seluruh staff tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang banyak membantu dalam proses administrasi penulisan skripsi.
9. Seluruh pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyusun skripsi ini sehingga besar harapan penulis untuk mendapatkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 24 Juni 2025

Penulis

Fatasya Uzmatul Hasanah

NIM.2105026144

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

DEKLARASI ..... **iii**

MOTTO ..... **iv**

PERSEMBAHAN ..... **v**

PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vii**

ABSTRAK ..... **xiv**

ABSTRACT ..... **xv**

KATA PENGANTAR ..... **xvi**

DAFTAR ISI ..... **xviii**

DAFTAR TABEL ..... **xxi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xxii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 13

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 14

1.5 Sistematika Penulisan 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **18**

2.1 Landasan Teori 18

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB) 18

2.1.2 Minat Menggunakan Layanan *PayLater* 19
2.1.3 Literasi Keuangan..... 24
2.1.4 Religiusitas..... 30
2.1.5 Gaya Hidup Hedonis 35
2.2 Penelitian Terdahulu..... 39
2.3 Kerangka Pemikiran..... 47
2.4 Hipotesis Penelitian..... 47
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater* 48
2.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater* 49
2.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*..... 50
BAB III METODE PENELITIAN 51
3.1 Jenis dan Sumber Data 51
3.1.1 Jenis Penelitian..... 51
3.1.2 Sumber Data..... 51
3.2 Populasi dan Sampel 52
3.2.1 Populasi..... 52
3.2.2 Sampel 53
3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 55
3.3.1 Kuesioner 55
3.3.2 Studi Literatur 56
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 56

3.5 Teknik Analisis Data 58
3.5.1 Analisis Deskriptif 58
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 59
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 60
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda 61
3.5.5 Uji Hipotesis 62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 64
4.2 Uji Kelayakan Data 71
4.3 Uji Asumsi Klasik 73
4.4 Analisis Regresi Berganda 76
4.5 Uji Hipotesis 78
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 81
BAB V PENUTUP 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN 98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 119

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 39
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Program S1 di Kecamatan Tembalang 53
Tabel 3. 2 Skala Likert 56
Tabel 3. 3 Definisi Variabel dan Indikator 56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas 66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan PayLater 67
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan 68
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Religiusitas 68
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup Hedonis 69
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater 70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas 71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas 73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas 74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas 75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas 76
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Regresi Berganda 77
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial) 79
Tabel 4. 15 Hasil Uji F-Test 80
Tabel 4. 16 Hasil Uji Adjusted R^2 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Paylater secara Global..... 2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Paylater secara Global..... 2
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Penggunaan PayLater di Indonesia 4
Gambar 1. 4 Hasil Survei Pendahuluan.....11
Gambar 1. 5 Jenis-Jenis Paylater yang Digunakan 12
Gambar 1. 6 Alasan Menggunakan PayLater..... 12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 47
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Tembalang..... 64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 98
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian..... 105
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner 106
Lampiran 4 Hasil Output SPSS..... 107
Lampiran 5 Dokumentasi Bukti Penelitian 115

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin mempermudah berbagai aspek kehidupan. Di era digital saat ini, muncul berbagai sistem pembayaran dan layanan keuangan yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Sistem pembayaran kini tidak lagi terbatas pada penggunaan uang cash, kartu debit, kartu kerdit, atau lainnya meskipun penggunaannya masih tetap relevan. Terlebih lagi, kemunculan *financial technology* yang semakin meluas di sekitar masyarakat turut memberikan alternatif yang praktis.

Istilah untuk inovasi dalam jasa finansial, dimana teknologi adalah kuncinya disebut sebagai *financial technology* (fintech).[1] Perkembangan *financial technology* (fintech) semakin pesat seiring dengan berjalannya waktu. Kemajuan ini membawa perubahan dalam perilaku keuangan masyarakat begitu pula dengan masyarakat muslim. Perkembangan fintech di Indonesia mendapatkan respons positif dari masyarakat terhadap inovasi dalam sektor keuangan. Adanya perkembangan fintech juga memudahkan masyarakat dalam sektor keuangan.

Inovasi dalam sektor *financial technology* (fintech) telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu fitur yang berkembang adalah sistem pembayaran *PayLater*. Fitur ini menawarkan konsumen kemudahan untuk mengakses berbagai jasa dan layanan tanpa harus membayar di muka, melainkan memberikan opsi untuk melakukan pelunasan di akhir periode yang telah ditentukan.[2] *PayLater* adalah sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa secara kredit tanpa harus menggunakan

[1] Rakhmat Dwi Pambudi, "Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo," *Harmony* 4, no. 2 (2019): 74–81, https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100.
[2] Andi Pratiwi Yasni Putri, Ahmadi Miru, and Maskun, "PraPraktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) Oleh Pihak Ketiga Melalui Aplikasi Belanja Online," *Amanna Gappa* 28, no. 2 (2020): 64–76.

kartu kredit. Konsep ini mengangkat prinsip"*Buy Now, Pay Later"* (BPNL), yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan mendesak tanpa harus memiliki dana yang cukup di awal.[3] Tidak hanya memberikan solusi praktis bagi kebutuhan pembayaran instan, tetapi juga kolaborasi dengan berbagai platform *e-commerce* semakin memperkuat posisi *PayLater* sebagai salah satu inovasi yang relevan di era digital.

Secara global pertumbuhan *PayLater* menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir didorong meningkatnya permintaan pasar terhadap fitur pembayaran yang mudah dan praktis. *PayLater* diperkirakan terus tumbuh dengan proyeksi tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 25,3% dari tahun 2023 hingga 2032. Pada tahun 2022 perusahaan-perusahaan besar mengendalikan lebih dari 61% pangsa pasar *Buy Now Pay Later* (BPNL) secara global, yang mendominasi layanan keuangan ini.

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Paylater secara Global



Sumber: https://market.us/report/buy-now-pay-later-market/ diakses pada tanggal 6 Januari 2025, pukul 20.47

[3] Audrey Nathania Early Prasetya, "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat," *Jurnal Revenue* 3, no. 2 (2023): 593–601.

Perkembangan paylater di Asia, khususnya di kawasan Asia Tenggara, menunjukkan tren yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi. Menurut Laporan *International Data Corporation* (IDC) yang dirilis pada April 2022 dari negara-negara di Asia Tenggara (ASEAN), pembayaran di situs belanja online dengan menggunakan layanan *PayLater* oleh masyarakat Indonesia nilainya tercatat mencapai USD530 juta atau setara dengan 58% dari total negara di Asia Tenggara yang sebesar USD910 juta pada 2020. Malaysia menempati posisi kedua dengan pengeluaran *PayLater* sebesar USD60 juta. Disusul Filipina dengan pengeluaran *PayLater* senilai USD50 juta, Thailand sebesar USD13 juta. Kemudian Singapura dan Vietnam masing-masing sebesar USD10 juta dan USD4 juta.[4]

Persentase penggunaan *PayLater* di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut laporan, jumlah kontrak pembiayaan PayLater di Indonesia mencapai 79,92 juta pada tahun 2023 dengan rata-rata peningkatan setiap tahunnya mencapai 144,35%. Pertumbuhan ini diperkirakan akan terus berlanjut seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap layanan *PayLater*. Hingga Maret 2024, outstanding piutang pembiayaan *PayLater* di Indonesia tercatat sebesar Rp6,13 triliun, tumbuh 23,9% secara tahunan.[5] Tingginya angka ini mencerminkan minat masyarakat yang semakin besar terhadap penggunaan layanan ini.

[4] Iqbal Fadil, "Tren Paylater Meningkat, Saat Masyarakat Indonesia Ketagihan Berutang," merdeka.com, 2023, https://www.merdeka.com/khas/tren-paylater-meningkat-saat-masyarakat-indonesia-ketagihan-berutang-45317-mvk.html?page=2.

[5] Agnes Z. Yonatan, "Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat Dalam 5 Tahun Terakhir," GoodStats, 2024, https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL.

Gambar 1. 3 Pertumbuhan Penggunaan PayLater di Indonesia



Sumber:https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL diakses pada tanggal 30 Desember 2024, pukul 13.47

Berdasarkan data CNBC Indonesia, Provinsi Jawa Tengah merupakan wilayah keempat yang paling banyak pengguna *Buy Now Pay Later* (BNPL) di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa layanan BNPL telah menjadi bagian penting dari pola konsumsi masyarakat di provinsi ini. Penyaluran kredit *PayLater* di Jawa Tengah mencapai Rp2,65 triliun. Angka ini mencerminkan tingginya tingkat adopsi layanan keuangan berbasis teknologi di kalangan masyarakat Jawa Tengah, sekaligus menyoroti potensi besar dan tantangan dalam pengelolaan perilaku finansial di wilayah tersebut.[6]

Di tengah pesatnya pertumbuhan layanan keuanga digital, Kota Semarang mengalami dinamika ekonomi yang terus berkembang. Perkembangan ini ditandai dengan peningkatan adopsi teknologi pembayaran digital oleh masyarakat

[6] Mentari Puspandini, "Ini Dia Warga RI Yang Paling Doyan Belanja Pakai Paylater," CNBC Indonesia, 2024, https://www.cnbcindonesia.com/market/20240903161928-17-568812/ini-dia-warga-ri-yang-paling-doyan-belanja-pakai-paylater#:~:text=Seingin dengan tumpukan paylater di,Sulawesi Selatan: Rp550 miliar.

perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya tren peningkatan penggunaan dompet digital dan layanan *PayLater* di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa hal ini dipicu oleh pertumbuhan industri kreatif, gaya hidup konsumtif, dan kemudahan akses teknologi di wilayah perkotaan.[7] Sebuah studi mengatakan bahwa faktor kemudahan, gaya hidup, dan perseps risiko menjadi variabel penting dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* dan *PayLater.*[8]

Salah satu wilayah di kota Semarang yang menjadi pusat aktivitas generasi muda adalah Kecamatan Tembalang. Wilayah ini dikenal dengan kawasan pendidikan karena terdapat beberapa perguruan tinggi berada di wilayah tersebut, diantaranya Universitas Diponegoro, Politeknik Negeri Semarang, Universitas Muhammadiyah Semarang, dan Universitas Pandanaran. Konsentrasi mahasiswa di Tembalang menjadikan kawasan ini tidak hanya sebaga pusat pendidikan tetapi juga sebagai kawasan ekonomi yang berkembang pesat dengan munculnya berbagai pusat perbelanjaan, kafe, dan fasilitas hiburan yang mendukung gaya hidup modern.[9]

Penelitian terdahulu menyoroti bahwa kecenderungan gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa di Tembalang turut dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang kompetitif dalam hal gaya hidup dan konsumsi. Hal ini menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut mengingat perilaku finansial generasi muda, khususnya mahasiswa Muslim, tidak hanya dipengaruhi oleh aspek literasi keuangan tetapi

---

[7] Muhammad Irfan Azka and Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Harga, Dan Penggunanan Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Coffee Shop Embun Senja," *Diponegoro Journal of Management* 12, no. 4 (2023): 1–11, http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr.

[8] R A Faza and I S Melati, "Pemahaman Atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Gen Z Kota Semarang," *Mbia* 24, no. 1 (2025), https://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/mbia/article/view/3536%0Ahttps://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/mbia/article/download/3536/1549.

[9] Hendri Setyawan and Chrisna Suhendi, "Digital Literacy and Digital Financial Literacy Enhancement Program for Karang Taruna Members Program Peningkatan Literasi Digital Dan Literasi Keuangan Digital Bagi Anggota Karang Taruna" 9, no. 3 (2025): 802–10.

juga oleh tingkat religiusitas dan gaya hidup hedonis yang berkembang di kawasan tersebut.[10] Oleh karena itu, Kecamatan Tembalang menjadi lokasi yang strategis untuk meneliti pengaruh literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis terhadap minat menggunakan layanan paylater. Pilihan ini memperkuat relevansi akademis sekaligus memberikan kontribusi bagi pemahaman pola konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa di era digital.

Peningkatan penggunaan *PayLater* didorong oleh konsumen, terutama generasi muda seperti generasi milenial dan Generasi Z. Mereka mencari metode pembayaran yang lebih fleksibel dan mudah sesuai dengan kemampuan finansial dan kebiasaan berbelanja yang biasa digunakan. Data menunjukkan bahwa 48,06% pengguna *PayLater* berasal dari generasi milenial dan generasi Z dengan rentang usia 20-30 tahun.[11] Banyak konsumen beralih ke layanan *PayLater* untuk mengelola keuangan mereka secara lebih efektif, menghindari suku bunga tinggi yang terkait dengan kartu kredit tradisional.

Disisi lain peningkatan penggunaan *PayLater* menyebabkan masalah terkait perilaku konsumtif dan manajemen keuangan yang kurang baik. Masalah ini ditimbulkan karena penggunaan layanan *PayLater* yang kurang bijak. Banyak generasi muda terjebak dalam utang akibat penggunaan paylater yang tidak terkontrol mengakibatkan akumulasi utang yang tinggi.[12] Tidak hanya itu, tingginya tingkat gagal bayar dapat membebani penyedia layanan keuangan. Selain itu, banyak pengguna yang kurang memahami konsekuensi jangka panjang dari

[10] Alfian Haryudana Dewi Gunawati, "Komunikasi, Informasi, Dan Edukasi Pola Hidup Sehat Dan Berkelanjutan Saat Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang" 25, no. 1 (2024): 89–97.

[11] Pernita Hestin Untari, "Wow! 14,37 Juta Orang Indonesia Pakai Paylater Hingga Juni 2024," Bisnis.com, 2024, https://finansial.bisnis.com/read/20240825/563/1793817/wow-1437-juta-orang-indonesia-pakai-paylater-hingga-juni-2024#:~:text=Bisnis.com%2C Jakarta — PT,sebesar 14%2C37 juta pengguna.

[12] Silvia Estefina Subitmele, "Utang Warga RI Di Paylater Capai Triliunan Rupiah, Banyak Generasi Muda Terjebak," *Liputan 6* (Indonesia, 2024), https://www.liputan6.com/hot/read/5741135/utang-warga-ri-di-paylater-capai-triliunan-rupiah-banyak-generasi-muda-terjebak?utm_source=chatgpt.com&page=2.

penggunaan layanan ini, seperti tingginya biaya bunga dan adanya akumulasi utang yang tidak terkendali.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi, menjadi salah satu pengguna utama layanan fintech. Kedekatan mereka dengan perangkat digital seperti *smartphone*, serta gaya hidup yang semakin bergantung pada teknologi, membuat mahasiswa lebih mudah menggunakan berbagai layanan fintech. Mulai dari dompet digital, aplikasi pembayaran, hingga layanan kredit seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL), mahasiswa sering kali memanfaatkan teknologi ini untuk mendukung kebutuhan sehari-hari mereka, baik untuk belanja, pendidikan, hingga kebutuhan gaya hidup lainnya.

Penggunaan layanan *PayLater* dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan adalah faktor yang mempengaruhi perilaku finansial setiap individu. Menurut penelitian Fitriyah & Putri, 2024 literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan paylater.[13] Menurut Prajogo et al., 2024 menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap penggunaan shopee paylater.[14] Sehingga dapat disimpulkan semakin baik literasi keuangan seseorang maka semakin tertarik dalam menggunakan produk fintech seperti *Paylater.*

Meskipun fintech menawarkan banyak kemudahan, penggunaannya juga membawa tantangan, terutama bagi mahasiswa yang masih memiliki pemahaman terbatas mengenai manajemen keuangan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024 menunjukkan bahwa Indeks Literasi Keuangan di Indonesia mencapai 65,4%, sedangkan Indeks Inklusi Keuangan berada di angka 75,02%. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada sebagian masyarakat yang

[13] Clarisa Khotimatul Fitriyah and Rizky Nur Ayuningtyas Putri, "Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater," *Journal of Economic,Bussines and Accounting (COSTING)* 7,no. 4 (2024): 7104–17, https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9346.

[14] Uke Prajogo, Dea Amanda Chairil Putri, and Lidia Andiani, "The Influence Of Financial Literacy , Lifestle And Hedonism On The Use Of Shopee Paylater Amongst" 5, no. 2 (2024): 68–81.

memanfaatkan layanan keuangan, namun belum sepenuhnya memahami rincian produk, manfaat, dan risiko yang terkait.[15] Meskipun terjadi peningkatan, masih terdapat kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan, yang dapat mempengaruhi penggunaan layanan keuangan digital seperti *PayLater*. Karenanya literasi keuangan dipilih sebagai variabel dalam penelitian ini.

Sebagai generasi muda, mahasiswa dianggap kritis dan memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik karena pendidikan dianggap dapat membangun pola pikir yang lebih terarah dalam pengelolaan keuangan. Sementara penelitian menurut Ernawati et al., 2024 menyatakan bahwa secara parsial literasi keuangan tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku kredit berisiko dalam konteks penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa di Kota Tasikmalaya.[16] Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suherman et al., 2024 yang menyatakan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan secara negatif terhadap penggunaan shopeepaylater.[17] Hal ini menyatakan bahwa adanya kesenjangan antara hasil penelitian terdahulu sehingga perlu dikaji kembali.

Studi tentang *PayLater* masih didominasi oleh kajian umum terkait perkembangan teknologi keuangan digital atau perilaku konsumsi masyarakat secara keseluruhan. Penelitian yang secara khusus menghubungkan minat menggunakan layanan *PayLater* dengan aspek religiusitas di kalangan generasi muda Muslim relatif minim. Dalam ekonomi Islam, transaksi harus bebas dari *riba* (bunga) dan *gharar* (ketidakpastian). Penerapan sistem *PayLater* harus memastikan bahwa tidak ada unsur *riba* yang terlibat dalam proses pembayarannya. Jika ada biaya tambahan yang dikenakan untuk keterlambatan pembayaran, hal ini

[15] Kementrian Keuangan Republik Indonesia, Ratusan Gen Z Antusias Tingkatkan Literasi Keuangan (Indonesia, issued 2024), https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2024/09/30/4517-ratusan-gen-z-antusias-tingkatkan-literasi-keuangan.
[16] Rita Tri Yusnita and Gian Riksa Wibawa, "Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Paylater" 2, no. 6 (2024): 26–40.
[17] Andini Cahyaning Suherman and N Ari Subagio, "The Influence Of Sharia Financial Literacy And Perceived Usefulness On The Decision Of The Muslim" 9, no. 1 (2024): 48–63.

dapat dianggap sebagai *riba*. Menurut Fatwa DSN-MUI No.4 Tahun 2022 *PayLater* menggunakan akad *Qardh*, yang berarti transaksi ini harus dilakukan dengan prinsip keadilan dan tanpa adanya unsur eksploitasi.[18] Ayat yang berkaitan dengan layanan *PayLater* dan utang-piutang terdapat dalam Q.S. al-Baqarah ayat 282 sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ اِلٰٓى اَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُۗ

Artinya: *"Hai orang yang beriman! Jika kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya" (QS. Al-Baqarah [2]: 282).*

Aktivitas beragama tidak hanya menyangkut ibadah, tetapi juga mencerminkan bagaimana individu mengelola keuangan termasuk dalam memilih dan menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Adanya nilai-nilai Islam yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan maka religiusitas dijadikan variabel karena berperan penting dalam membentuk pola pikir, preferensi, dan keputusan individu terkait keuangan, khususnya dalam konteks generasi muda muslim yang menggunakan layanan *PayLater*. Dengan adanya religiusitas, penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana nilai agama memengaruhi minat dan perilaku keuangan.

Meskipun dalam fatwa DSN-MUI No.4 Tahun 2022 menyatakan layanan *PayLater* menggunakan akad *qardh*, individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung menghidari penggunaan layanan *PayLater* untuk menjaga prinsip kehati-hatian terkait *riba* dan hutang dalam pengelolaan keuangan mereka. Bagi individu yang memegang teguh prinsip-prinsip agama, meskipun suatu produk keuangan telah mendapatkan fatwa kehalalan, mereka tetap melakukan evaluasi pribadi terhadap mekanisme dan implikasi penggunaannya. Dibuktiakan dengan

[18] MUI-Jatim, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Jawa Timur Nomor 04 Tahun 2022 Tentang Transaksi Digital Dengan Sistem Paylater," no. 5 (2022): 1–14, https://muijatim.or.id/wp-content/uploads/2022/09/Fatwa-No.4-Tahun-2022-tentang-transaksi-digital-menggunakan-Paylater.pdf.

temuan dari Mastra Hegi Cardono dan Dini Rahmayanti yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan Shopeepaylater.[19] Didukung oleh temuan dari Muhammad Hisyam dan Putri Hadi Utami yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif lemah dan tidak signifikan terhadap peenggunaan shopee *paylater*.[20] Dari penelitian yang berpengaruh negatif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingat religiusitas seseorang maka semakin kecil kemungkinan seseorang menggunakan layanan tersebut.

Selain itu gaya hidup hedonis dijadikan sebagai variabel karena memiliki relevansi kuat dengan minat generasi muda menggunakan layanan *PayLater*. Gaya hidup hedonis yang ditandai dengan pola konsumsi yang mengarah pada pencarian kesenangan dan pengalaman yang memuaskan, dan keinginan untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan keputusan finansial, dapat mendorong individu untuk mrnggunakan layanan keuangan modern seperti *PayLater*. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan kemudahan akses terhadap layanan keuangan, individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung lebih terdorong untuk memanfaatkan layanan *PayLater* guna memenuhi kebutuhan konsumsi mereka tanpa harus memiliki dana tunai secara langsung. Dengan memahami pengaruh gaya hidup hedonis, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana layanan tersebut dimanfaatkan secara konsumtif serta dampak yang ditimbulkannya terhadap pengelolaan keuangan individu.

Penelitian sebelumnya mendukung hubungan antara gaya hidup hedonis dengan minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*. Studi oleh Andi Thirah Koestiany dan Rizky Dermawan menyatakan bahwa gaya

[19] Mastra Hegi Carnado and Dini Rahmayanti, "Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater," *Journal of Islamic Enterpreneurship and Management* 3, no. 2 (2023): 114–26, https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.114-126.

[20] Muhammad Hisyam and Putri Hadi Utami, "Pengaruh Kemudahan Transaksi, Perilaku Konsumtif, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Muslim Di Kecamatan Medan Baru," *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal* 5 (2024): 126–39.

hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*.[21]

Gambar 1. 4 Hasil Survei Pendahuluan

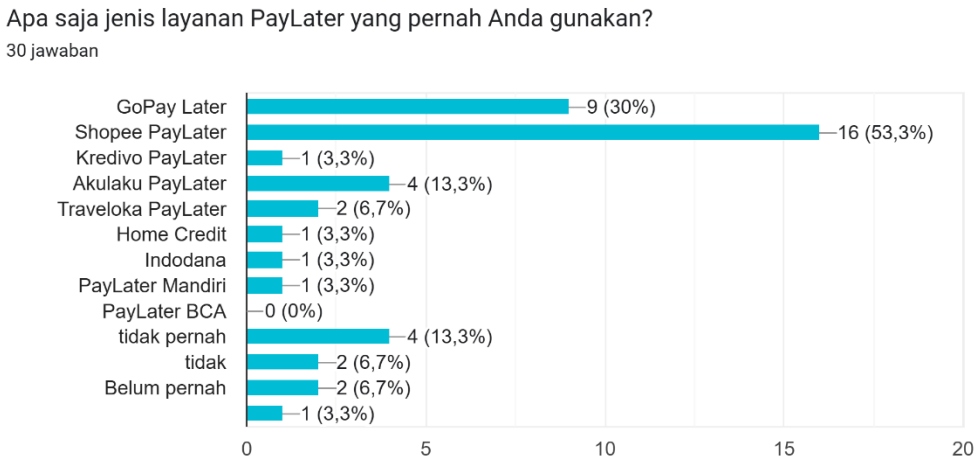


Sumber: Hasil Survei Pendahuluan

Sebagai langkah awal dalam penyusunan penelitian ini, peneliti telah melakukan survei pendahuluan untuk memperoleh gambaran umum mengenai penggunaan layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa, khususnya di wilayah Kecamatan Tembalang. Survei ini dilakukan melalui Google Form dan berhasil mengumpulkan 30 responden. Hasil survei menyatakan bahwa sebesar 60% mahasiswa mengaku pernah menggunakan layanan *PayLater* dan 40% tidak menggunakan layanan *PayLater*. Temuan ini menunjukkan bahwa setengah lebih dari mahasiswa telah memanfaatkan layanan *PayLater* dalam aktivitas pengelolaan keuangan mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dalam pengelolaan keuangan mahasiswa, *PayLater* memungkinkan mahasiswa untuk melakukan transaksi tanpa harus membayar secara langsung, sehingga memberikan keleluasaan dalam mengatur pengeluaran. Di sisi lain, kemudahan ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan meningkatkan risiko utang di kalangan mahasiswa di Kecamatan Tembalang.

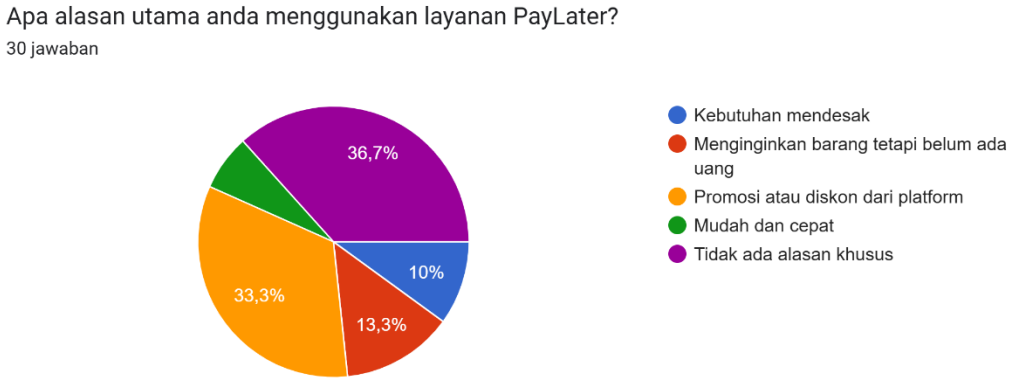
[21] Andi Thirah, Koesitiany Mallarangan, and Rizky Dermawan, "Faktor Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Spaylater Di Surabaya" 5, no. 10 (2024): 3959–69.

Gambar 1. 5 Jenis-Jenis Paylater yang Digunakan



Berdasarkan temuan tersebut, dapat diasumsikan bahwa penggunaan layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa cukup signifikan, khususnya Shopee PayLater dan GoPayLater. Ini mengindikasikan bahwa fenomena penggunaan layanan *PayLater* telah menjadi bagian dari gaya hidup digital generasi muda.

Gambar 1. 6 Alasan Menggunakan *PayLater*



Berdasarkan hasil tersebut mayoritas mahasiswa menggunakan layanan *PayLater* tanpa alasan spesifik atau karena promosi dari platform. Ini menandakan adanya kecenderungan penggunaan yang tidak direncanakan dan lebih bersifat

impulsif. Hanya sebagian kecil yang benar-benar menggunakan layanan ini karena kebutuhan mendesak atau efisiensi waktu. Hal ini menandakan adanya potensi perilaku konsumtif dan keputusan finansial yang kurang rasional di kalangan mahasiswa.

Menurut perspektif ekonomi Islam, penggunaan fasilitas hutang konsumtif seperti PayLater harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab. Fenomena ini menjadi semakin penting untuk dikaji mengingat potensi munculnya masalah keuangan pribadi di masa depan, serta pentingnya edukasi tentang literasi keuangan, nilai-nilai religiusitas, dan gaya hidup yang seimbang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbedaan hasil studi sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi muda Muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*. Hasil survei pendahuluan terhadap mahasiswa di Kecamatan Tembalang menunjukkan bahwa mayoritas pernah menggunakan layanan ini didominasi Shopee PayLater. Hal ini mencerminkan potensi perilaku konsumtif dan rendahnya kesadaran finansial. Sementara itu, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti literasi keuangan, dan masih minim yang mengaitkannya dengan religiusitas serta gaya hidup hedonis. Oleh karena itu, mahasiswa Muslim di Kecamatan Tembalang menjadi objek yang relevan untuk menganalisis sejah mana literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis memengaruhi minat menggunakan layanan *PayLater*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan judul **"Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Mudan Muslim Menggunakan Layanan *PayLater* (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)"**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka peneliti bermaksud untuk menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan

Layanan *PayLater*. Adapun permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *PayLater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang?
2. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *PayLater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang?
3. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *PayLater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.1.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang.
2. Menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat penggunaan layanan *PayLater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang.
3. Menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap minat penggunaan layanan *Paylater* pada mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang.

1.1.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan literatur akademis yang berkaitan dengan keuangan digital, religiusitas, dan perilaku konsumtif. Secara khusus:

   a. Penelitian ini memperkaya teori mengenai pengaruh literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan keuangan dalam konteks penggunaan layanan *PayLater*.
   b. Penelitian ini dapat membantu mengembangkan model konseptual baru yang mengintegrasikan tiga variabel utama (literasi keuangan,

religiusitas, gaya hidup hedonis) dalam konteks keuangan berbasis syariah.

c. Hasil penelitian ini berpotensi menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut, terutama yang ingin mengeksplorasi perilaku keuangan generasi muda Muslim di era digital.
d. Studi ini juga memberikan wawasan tentang hubungan antara nilai-nilai religius dan perilaku keuangan, yang dapat digunakan untuk memperluas teori perilaku keuangan berbasis syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi berbagai pihak yang terkait:

a. **Penyedia layanan keuangan digital**: Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan layanan paylater yang lebih sesuai dengan nilai-nilai religius dan kebutuhan pengguna Muslim. Sebagai contoh, penyedia dapat menawarkan fitur-fitur edukatif tentang literasi keuangan atau produk berbasis syariah untuk menarik pengguna Muslim.
b. **Lembaga pendidikan**: Institusi pendidikan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk menyusun kurikulum atau program pelatihan literasi keuangan, khususnya bagi mahasiswa, guna meningkatkan kesadaran mereka dalam mengelola keuangan pribadi secara bijaksana.
c. **Pemerintah dan regulator keuangan**: Temuan penelitian dapat menjadi dasar untuk merancang kebijakan atau regulasi yang lebih mendukung pengelolaan keuangan masyarakat, seperti kampanye literasi keuangan berbasis nilai religius.
d. **Praktisi keuangan syariah**: Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi produk keuangan syariah yang lebih relevan bagi generasi muda.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki sub bab yang berisi penjelasan sistematis dan rinci mengenai bahasan serta berkesinambungan sehingga mudah untuk di pahami. Sistematika penulisan dari penelitian ini yaitu :

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah yang dipaparkan peneliti. Kemudian penyusunan rumusan masalah untuk memberikan informasi tentang masalah yang diangkat. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan jawaban pertanyaan dari rumusan masalah. Dilanjutkan dengan manfaat penelitian kemudian sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

BAB II berisi literatur review dengan memberikan dasar teori yang kuat dan mendukung pertanyaan penelitian. Pada bab ini penulis akan mengulas konsep pnelitian, teori-teori yang digunakan, dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

BAB III berisi berisi metodologi penelitian. Pada bab ini akan disampaikan metode-mrtode yang digunakan penulis tentang bagaimana penelitian akan dilakukan, mulai dari desain penelitian hingga teknik analisis data yang digunakan. Tujuan bab ini adalah untuk memberikan gambaran secara jelas tentang prosedur penelitian yang akan dilakukan agar penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB IV berisi hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini akan dipaparkan data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh. Adapun data-data yang diuraikan pada bab ini adalah fakta sebenarnya dan benar-benar bersumber dari perhitungan dan analisis data yang telah terhimpun beserta pembahasan hasil perhitungan data yang telah dilakukan oleh peneliti. Data tersebut dibandingkan dengan kerangka teori sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB V merupakan penutup yang berupa uraian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari peneliti dan juga keterbatasan penelitian.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah kerangka psikologis yang menjelaskan bagaimana sikap individu, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi niat dan perilaku individu. Teori ini dicetuskan oleh Icak Ajzen yang merupakan salah satu kerangka teoritis yang banyak digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia. Ajzen menyatakan bahwa *The Theory of Planned Behavior (TPB) posits that behavior is influenced by factors such as attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and intention.*[22] *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku menjadi faktor utama yang mampu memprediksi tindakan tertentu. Namun, dalam proses tersebut, penting juga mempertimbangkan norma subjektif yang diyakini individu serta menilai *perceived behavioral control* yang dimiliki oleh individu tersebut.[23] Secara umum, semakin kuat tekad seseorang untuk melakukan suatu tindakan, semakin tinggi kemungkinan tindakan tersebut akan dilakukan.[24]

Theory of Planned Behavior (TPB) menekankan hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam membentuk niat atau minat individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Niat tersebut

---

[22] Berto Usman, Heris Rianto, and Somnuk Aujirapongpan, "Digital Payment Adoption: A Revisit on the Theory of Planned Behavior among the Young Generation," *International Journal of Information Management Data Insights* 5, no. 1 (2025): 100319, https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2025.100319.

[23] Atika Riella Khairi Micha M. Ridwan, "Pengaruh Theory Of Planned Behavior Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Impor Berlabel Halal," *Jurnal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 2, no. November (2022): 11–20, http://dx.doi.org/10.51178/jpspr.v2i4.946.

[24] Agus Arwani, *Grand Theory: Esensi Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, *Eureka Media Aksara* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024).

kemudian menjadi prediktor utama dari perilaku aktual yang dilakukan individu.

Minat individu berperilaku tertentu dapat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu:[25]

a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

   Sikap merujuk pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku tertentu. Sikap ini dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai hasil yang mungkin diperoleh dari tindakan tersebut.

b. Norma subjektif (*subjective norms*)

   Norma subjektif menggambarkan persepsi individu terhadap tekanan sosial dalam melakukan atau menghindari suatu perilaku. Tekanan sosial ini dapat berasal dari keluarga, teman, atau masyarakat yang mempengaruhi keputusan individu

c. Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

   Komponen ini mencerminkan persepsi individu terhadap kemampuannya untuk melaksanakan suatu perilaku, yang dipengaruhi oleh faktor internal (misalnya keterampilan dan kepercayaan diri) serta faktor eksternal (misalnya hambatan dan dukungan lingkungan).

2.1.2 Minat Menggunakan Layanan *PayLater*

A. Pengertian *PayLater*

PayLater dikenal dengan istilah "*Buy Now Pay Later*" yang artinya beli sekarang bayar nanti. Konsep ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara langsung, namun dengan opsi untuk membayar di kemudian hari. Konsumen dapat menikmati produk yang mereka inginkan tanpa harus membayar secara penuh di awal. *PayLater* merupakan

[25] Shabrina Prayidyaningrum and Moh Djemdjem Djamaludin, "Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use the Electronic Money," *Journal of Consumer Sciences* 1, no. 2 (2016): 1, https://doi.org/10.29244/jcs.1.2.1-12.

sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa secara kredit tanpa harus menggunakan kartu kredit.[26] *PayLater* adalah inovasi dalam layanan pembayaran online yang ditawarkan oleh perusahaan keuangan, yang kemudian bekerja sama dengan platform *E-Commerce* tertentu agar dapat digunakan dalam transaksi di *E-Commerce* tersebut.[27]

Dalam fatwa DSN-MUI No 4 tahun 2022 telah dijelaskan bahwa sistem *PayLater* ini dapat diterima jika memenuhi prinsip syariah, tanpa unsur riba. Namun, terdapat indikasi haram pada beberapa layanan *PayLater* yang mengenakan biaya lebih tinggi dari pinjaman awal, sehingga perlu kehati-hatian dalam penggunaannya.[28]

Konsep dari layanan *PayLater* ini adalah memberikan kemudahan cara pembayaran bagi individu yang tidak memiliki cukup dana untuk melakukan pembayaran pada saat itu juga. Meskipun menawarkan kemudahan, layanan ini juga terdapat beberapa risiko diantaranya; utang yang tak terkendali, biaya tambahan, kurangnya pengetahuan tentang layanan, dan mendorong perilaku konsumtif.

Di sisi lain, penerapan *Paylater* menimbulkan kekhawatiran mengenai kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam, karena banyak transaksi mungkin melibatkan unsur-unsur riba dan ketidakpastian. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kepatuhan syariah pada layanan *PayLater* menunjukkan beberapa ketidaksesuaian. Pertama, terdapat unsur *riba,* yaitu biaya keterlambatan yang membebani konsumen dan tidak sebanding dengan

---

[26] Lutfiyani Fauziyah and Dewi Rahmi, "Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Penggunaan Layanan Paylater Dan Dampaknya Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z Kota Bandung Dengan Pendekatan TAM," n.d., 815–23.

[27] Dian Rachmah and Muhammad Aufa, "Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat, Dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Paylater," *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2023): 283–301, https://doi.org/10.61132/rimba.v1i4.314.

[28] MUI-Jatim, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Jawa Timur Nomor 04 Tahun 2022 Tentang Transaksi Digital Dengan Sistem Paylater."

nilai barang. Kedua, unsur *gharar* terlihat dalam ketidakjelasan syarat, terutama terkait biaya tambahan dan konsekuensi keterlambatan. Ketiga, unsur *maysir* muncul karena PayLater dapat mendorong perilaku konsumtif yang berisiko menimbulkan utang tidak terkendali.[29] Dalam hal ini sistem *PayLater* dengan menggunakan akad qard atau hutang piutang yang di dalamnya ada ketentuan bunga hukumnya haram dan akadnya tidak sah, karena termasuk riba.

Ayat yang sesuai dengan transaksi PayLater ini terdapat dalam Q.S Ali ‘Imran ayat 130 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوا الرِّبٰوٓا اَضْعَافًا مُّضٰعَفَةً ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۚ ١٣٠

Artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung*.”

B. Pengertian Minat

Menurut Wijaya, minat adalah ketulusan niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau menunjukkan perilaku tertentu.[30] Minat adalah faktor awal yang berpengaruh pada individu, karena ketika minat muncul, kemungkinan besar seseorang akan melakukan aktivitas tersebut.[31] Suartana dan Wtiani menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang untuk mengarahkan perhatian dan mengingat suatu topik dalam jangka waktu yang panjang, yang menghasilkan perasaan bahagia dan kepuasan setelah mencapai tujuannya.[32] Minat merupakan keadaan di mana seseorang menunjukkan

[29] Munawarsyah, “Transaksi PayLater Pada Aplikasi Shopee Memenuhi Prinsip-Prinsip Syariah . Yang Dikenakan Jika Pembayaran Terlambat , Ketidakpastian Dalam Syarat Dan Pada Keadilan , Transparansi , Dan Larangan Terhadap Praktik Riba , Gharar , Dan Ekonomi Syariah Akan Dig” 02, no. 02 (2024): 89–102.

[30] Fajar Adi, Ujang Sumarwan, and Idqan Fahmi, “Pengaruh Faktor Sikap, Norma Subjektif, Demografi, Sosioekonomi Serta Literasi Keuangan Syariah Dan Konvensional Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa,” *Al-Muzara’ah* 5, no. 1 (2018): 1–20, https://doi.org/10.29244/jam.5.1.1-20.

[31] Rachmah and Muhammad Aufa, “Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat, Dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Paylater.”

[32] Sukhesy Eka Putri, Heni Safitri, and Dedi Hariyanto, “Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 64-72 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Technology Acceptance Model Terhadap Minat Menggunakan

perhatian terhadap suatu hal dan memiliki keinginan untuk memahami, mempelajari, serta membuktikan lebih dalam. Minat setiap individu dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan setiap orang tentunya memiliki minat yang berbeda-beda.[33]

Definisi minat menurut Ajzen adalah pengaturan perilaku ketika ada waktu dan kesempatan yang tepat, akan diwujudkan dalam bentuk tindakan.[34] Dalam *Theory of Planned Behvior* (TPB), minat dapat dianggap sebagai bagian dari niat untuk melakukan perilaku tertentu. Niat ini merupakan prediktor utama dari perilaku aktual. Semakin tinggi minat seseorang terhadap suatu produk, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya, yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan individu.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *PayLater*

Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi minat individu adalah:[35]

1. Faktor Internal mencakup aspek jasmani, seperti kesehatan, serta aspek psikologis, seperti kecerdasan, perhatian, bakat, kematangan, dan kesiapan.
2. Faktor Eksternal berasal dari lingkungan, termasuk keluarga (cara orang tua mendidik, hubungan antar anggota keluarga, dan kondisi ekonomi keluarga), kampus/sekolah (metode pengajaran di kelas, hubungan antara

Paylater Pada Mahasiswa The Ef," *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* 19, no. 1 (2023): 64–72.

[33] Sri Kartika Dewi and Azhari Akmal Tarigan, "Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).* 9, no. 3 (2022): 1544–60, https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486.

[34] Nur Izzati Maharani, Arsa, and Firman Syah Noor, "Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Minat Penggunaan Shopee Paylater Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam STS Jambi," *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023): 130–43, https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120.

[35] Maharani, Arsa, and Noor.

dosen dan mahasiswa, serta interaksi antar mahasiswa), dan lingkungan masyarakat.

Menurut Crow & Crow, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi munculnya minat, yaitu:[36]

1. Dorongan Internal

   Kebutuhan ini mencakup kebutuhan yang berkaitan dengan aspek fisik dan psikologis. Contohnya termasuk dorongan untuk makan, rasa ingin tahu, dan kebutuhan seksual.
2. Motif Sosial

   Motif sosial merujuk pada kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dan penghargaan dari lingkungan sosial di sekitarnya. Hal ini dapat menjadi pendorong bagi individu untuk terlibat dalam aktivitas tertentu.
3. Faktor Emosional

   Faktor ini mencerminkan tingkat intensitas seseorang dalam memberikan perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Minat sangat terkait dengan emosi, di mana emosi dapat mempengaruhi seberapa besar perhatian yang diberikan seseorang terhadap sesuatu.

Dalam penelitian Habibah dan Munir disebutkan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi minat menggunakan PayLater sebagai berikut:[37]

1. Literasi keuangan: kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai informasi keuangan.

[36] Sokhikhatul Mawadah and Fernaldi Anggadha Ratno, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 141–53, http://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/1187/pdf.

[37] Nur Habibah Nasution and Munir Misbahul, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi," *Al-Buhuts* 19, no. 1 (2023): 1–16.

2. Persepsi risiko: ekspektasi individu mengenai potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat penggunaan layanan *PayLater.*
3. Persepsi kemudahan penggunaan: tingkat kemudahan yang dirasakan individu dalam menggunakan layanan *PayLater*.
4. Religiusitas: tingkat ketaatan individu terhadap ajaran agama yang dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan keuangan.

D. Indikator Minat Menggunakan Layanan *PayLater*

Terdapat beberapa indikator minat yang dapat diidentifikasi, yaitu:[38]

1. Minat Eksploratif: Menggambarkan perilaku individu yang secara aktif mencari informasi tentang suatu produk yang diminati, serta mencari data yang mendukung manfaat dari produk tersebut.
2. Minat Prefensial: Menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi khusus terhadap suatu produk tertentu.
3. Minat Transaksional: Merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau menggunakan produk tertentu.
4. Komitmen Berkelanjutan: Mencerminkan kesediaan individu untuk terus menggunakan atau terlibat dengan produk atau layanan tersebut dalam jangka waktu yang lama.
5. Minat Refensial: Menunjukkan kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

2.1.3 Literasi Keuangan

A. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pemahaman sejauh mana seseorang mengetahui informasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pengetahuan dan keterampilan penting yang diperlukan bagi individu untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif, termasuk memahami berbagai produk dan

[38] Maharani, Arsa, and Noor, "Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Minat Penggunaan Shopee Paylater Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam STS Jambi."

layanan keuangan, serta implikasi keputusan keuangan.[39] Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai keterampilan keuangan, termasuk pengelolaan uang, investasi, dan perencanaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan.[40]

World Bank menggunakan istilah kemampuan keuangan (*financial capability*) yang menitikberatkan pada perilaku dan interaksi antara pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan. *Financial capability* menurut World Bank adalah *the internal capacity to act in one's best financial interest, given socio-economic environmental conditions. It encompasses the knowledge (literacy), attitudes, skills, and behaviors of consumers with regard to managing their resources, and understanding, selecting, and making use of financial services that fit their needs.*[41]

Sementara itu, menurut *Organisation for Economics Co-operation and Developent* (OECD) finansial literasi adalah ketrampilan hidup yang penting bukan hanya bagi yang ingin menjadi ahli finansial tetapi untuk semua orang.[42] Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan memungkinkan seseorang untuk mengelola keuangan pribadinya secara lebih efektif, membuat keputusan finansial yang bijaksana, serta menghindari risiko keuangan yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan ekonomi mereka.

---

[39] Carlos Giraldo et al., "The Adoption of Fast Payment Systems (FPS) in Latin America: The Role of Financial Literacy and Cash-Related Beliefs," *International Journal of Bank Marketing*, 2024, https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2024-0224.

[40] "Edukasi Keuangan,"ojk.go.id,2022, https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx.

[41] Kusumaningtuti S. Soetiono and Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*, 1st ed. (Depok: Rajawali Pres, 2018).

[42] Navira Putri Apriliani Anang Rohmawan, Anna Alamyah Agus, FDV Wulansari, Gacya Putra, *PENDIDIKAN LITERASI FINANSIAL*, ed. Yansen (Jakarta: Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan (BSKAP) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2024).

Pendapat Firli menyatakan literasi keuangan adalah kemampuan individu atau kelompok dalam memahami dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan secara tepat dan akurat. Literasi keuangan membantu seseorang atau sekelompok masyarakat untuk memahami serta memiliki kepercayaan diri dan motivasi untuk membuat penilaian dan keputusan keuangan yang bijaksana.[43] Pemahaman yang baik terhadap aspek keuangan menjadikan seseorang melakukan perencanaan keuangan yang lebih matang, menghindari risiko finansial yang tidak perlu, serta memanfaatkan peluang investasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mereka. Penelitian menurut Zaimovic et al., literasi keuangan didefinisikan sebagai kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan finansial yang rasional.[44] Dari pengertian ini menekankan bahwa literasi keuangan tidak hanya sekedar pemahaman teoritis, tetapi juga pemahaman praktis yang mempengaruhi bagaimana individu mengelola keuangannya dalam kehidupan sehari-hari.

Wicaksono berpendapat bahwa finansial literasi adalah pengetahuan tentang produk dan konsep keuangan dengan informasi atau masukan, kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan agar dapat membuat dan mengambil keputusan finansial yang tepat.[45] Kemampuan untuk mengenali risiko finansial menjadi aspek penting dalam literasi keuangan. Risiko dapat berasal dari berbagai faktor, seperti fluktuasi pasar, inflasi, kesalahan dalam manajemen keuangan pribadi, atau pengambilan utang yang tidak terkendali. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, seseorang dapat menilai tingkat risiko yang ada dan mengambil tindakan pencegahan, seperti

---

[43] Syahrir Eka, Djoko Hendratto, and Lokot Zein Nasution, *Inklusi Keuangan Untuk Kemakmuran Bangsa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022).
[44] Azra Zaimovic et al., "Mapping Financial Literacy: A Systematic Literature Review of Determinants and Recent Trends," *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 12 (2023), https://doi.org/10.3390/su15129358.
[45] Achmad Choerudin et al., *LITERASI KEUANGAN*, ed. M.E Diana Purnama Sari, S.E., *PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022* (Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022, 2023).

melakukan diversifikasi investasi, mengelola utang dengan bijak, serta memiliki dana darurat untuk menghadapi situasi yang tidak terduga.

Dalam agama islam, literasi keuangan merupakan salah satu intrumen yang penting, islam menuntut umuatnya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebih-lebihan, hal ini sesuai dengan fiman Allah SWT. Al-Isra' ayat 26:

وَاٰتِ ذَا الْقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمِسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيْرًا

Artinya: "*Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."*

Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 26 menerangkan bahwa Allah menganjurkan kepada ummat-Nya untuk mengelola keuangan dengan baik, serta memanfaatnya hartanya secara efisien dan tidak boros. Ini menunjukkan bahwa setiap muslim berperilaku dalam menggunakan hartanya secara efisien, proporsional, dan tepat sasaran sehingga terhindar dari sifat boros yang dapat menjerumuskan pada perbuatan mubadzir. Perilaku boros merupakan salah satu dari sifat syaitan dan hendaknya ummat Islam menjauhi perilaku tersebut. Salah satu cara agar dapat menghindar perilaku boros yaitu dengan cara mempelajari literasi keuangan dan mempraktikan dalam kehidupan sehari-hari.[46]

B. Indikator Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengelola keuangan. OJK mengukur literasi keuangan berdasarkan empat indikator utama, diantaranya:[47]

a. Pengetahuan Keuangan
   - Pengetahuan terhadap lembaga dan jasa keuangan.

[46] NU Online, "Surah Al-Isra' Ayat 26: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap," 2025, https://quran.nu.or.id/al-isra/26.

[47] Ototitas Jasa Keuangan and Badan Pusat Statistik, "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024," ojk.go.id § (2024).

- Pengetahuan terhadap produk/layanan jasa keuangan
- Pengetahuan terhadap karakteristik produk/layanan jasa keuangan
- Pengetahuan terhadap *delivery channel*

b. Keterampilan Keuangan
   - Pernyataan kemampuan menghitung
   - Konsep aritmatika sederhana

c. Keyakinan Keuangan
   - Keyakinan terhadap jasa lembaga keuangan
   - Keyakinan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan.

d. Sikap Keuangan
   - Tujuan keuangan

e. Perilaku Keuangan
   - Upaya mencapai tujuan keuangan.

Berdasarkan Oseifuah terdapat tiga indikator pada literasi keuangan, yaitu:[48]

a. Pengetahuan Keuangan

   Pengetahuan keuangan mengacu pada pemahaman seseorang terhadap berbagai istilah dan konsep dalam dunia keuangan, seperti tingkat suku bunga, kartu kredit, kebangkrutan, saham, serta layanan perbankan. Selain itu, pengetahuan keuangan juga mencakup pemahaman terhadap terminologi keuangan, perhitungan serta formula perpajakan, manfaat pajak, pengelolaan dana pensiun, serta berbagai sumber pendapatan keluarga dan aspek keuangan lainnya.

b. Sikap Keuangan

   Sikap keuangan mencerminkan minat atau ketertarikan seseorang dalam meningkatkan wawasan dan informasi di bidang keuangan. Sikap ini terlihat dalam upaya perencanaan keuangan jangka panjang, seperti

[48] Choerudin et al., *LITERASI KEUANGAN*.

penyusunan program pensiun bagi karyawan, pelaksanaan kebijakan perpajakan yang ditetapkan pemerintah, serta pemanfaatan layanan perbankan dalam transaksi internasional. Contohnya termasuk pengelolaan rekening giro, proses kliring, *Letter of Credit* (L/C), dan berbagai transaksi perbankan lainnya.

c. *Financial Behavior*

Financial behavior menggambarkan bagaimana seseorang mengelola keuangannya baik dalam hal pengeluaran maupun tabungan. Ini mencakup kebiasaan dalam mencatat dan menyimpan laporan keuangan pribadi, menyusun perencanaan pembiayaan masa depan, serta mengatur utang dan kredit dengan bijak agar sesuai dengan arus kas yang dimiliki, baik dalam konteks individu maupun perusahaan.

C. Tingkatan Literasi Keuangan

Tingkatan literasi keuangan dapat digolongkan menjadi empat jenis, yaitu:[49]

a. *Well Literate*

Pada tingkatan ini, individu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk manfaat, risiko, dan fitur, hak dan kewajiban produk dan jasa keuangan. Selain itu, individu juga memiliki ketrampilan keuangan dalam menggunakan jasa dan produk keuangan.

b. *Sufficient Literate*

Pada tingkatan ini, individu memiliki pemahaman dan keyakinan yang memadai terkait lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk berbagai fitur, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban yang berkaitan dengan produk dan layanan keuangan.

[49] Elly Soraya and Anis Lutfiati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan," *Kinerja* 2, no. 02 (2020): 111–34.

c. *Less Literate*

Pada tingkatan ini, individu hanya memiliki pemahaman dasar mengenai lembaga jasa keuangan, produk, dan layanan keuangan.

d. *Not Literate*

Pada tingkatan ini, individu sama sekali tidak memiliki pemahaman atau keyakinan terkait lembaga jasa keuangan maupun produk dan layanan keuangan, serta tidak memiliki keterampilan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan.

2.1.4 Religiusitas

A. Pengertian Religusitas

Secara terminologi religiusitas memiliki dasar kata beragama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) religiusitas merupakan bentuk pengabdian terhadap ajaran agama dan perwujudan kesalehan. Seseorang yang tampak kuat mungkin sebenarnya tidak memiliki kekuatan fisik atau mental yang besar, tetapi memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi.[50] Dalam konteks Islam, religiusitas sering dikaitkan dengan prinsip keuangan syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, yang dapat mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan berbasis utang seperti *PayLater*.[51]

Religiusitas dapat didefinisikan sebagai tingkat keterlibatan individu dalam praktik keagamaan, keyakinan, dan nilai-nilai yang berkaitan dengan agama. Ini mencakup aspek-aspek seperti partisipasi dalam ritual keagamaan, penghayatan terhadap ajaran agama, serta pengaruh agama dalam kehidupan sehari-hari. Menurut pendapat Glock dan Stark, religiusitas mencakup berbagai

[50] Huliya Selviatun and Resti Kartika Dewi, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Petani Terhadap Minat Membayar Zakat Pertanian Padi Di Dusun Lelong Desa Lelong Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah," *KASTA: Jurnal Ilmu Sosial, Agama, Dan Terapan* 3, no. 3 (2023): 200, https://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kasta/article/view/813.
[51] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001).

dimensi yang saling berinteraksi, termasuk sistem keyakinan, sistem keyakinan, nilai, dan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya. Pemahaman, keyakinan, dan ketaatan pada setiap individu dijadikan sebagai pedoman untuk diaplikasikan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari, baik itu perintah maupun larangan yang diatur dalam aturan agama masing-masing.[52]

Religiusitas dalam konteks ekonomi Islam merujuk pada pengaruh nilai-nilai dan ajaran agama Islam terhadap perilaku ekonomi individu dan masyarakat. Religiusitas dalam pandangan ekonomi Islam didefinisikan sebagai integrasi nilai-nilai akidah, syariah, dan moral yang memengaruhi perilaku manusia dalam aktivitas ekonomi. Konsep ini menekankan bahwa seluruh sumber daya ekonomi adalah milik Allah SWT, sementara manusia hanya bertindak sebagai pengelola yang harus bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam kerangka ini, kegiatan ekonomi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material dan meningkatkan kesejahteraan, tetapi juga menjadi bentuk ibadah kepada Allah. Religiusitas ekonomi mengarahkan individu untuk menjalankan aktivitas ekonomi berdasarkan moralitas Islam, seperti membayar zakat, menghindari riba, dan menjaga keadilan dalam distribusi kekayaan.[53]

Dalam agama Islam, religiusitas dapat diartikan sebagai seseorang yang menjalankan kewajiban dan ajaran-ajaran yang telah diajarkan oleh agama secara keseluruhan seperti firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا ادْخُلُوْا فِى السِّلْمِ كَاۤفَّةً ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ٢٠٨

[52] Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarok, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat," *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23, https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444.

[53] Bambang Wahyu, "Filsafat Ekonomi Islam: Rasionalitas Dan Religiusitas Ekonomi," *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* 1, no. 1 (2010): 53–60, http://www.peacon.net/PAEReview/issue20/Wilber20.htm.

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu."*

Berdasarkan ayat di atas makna religius tidak hanya kegiatan yang selalu berkaitan dengan ibadah namun semua kegiatan manusia yang ia jalani berdasarkan keputusan yang diambil. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang terletak didalam diri seseorang yang dapat memotivasi seseorang untuk bertingkah laku (baik tingkah laku yang dapat dilihat maupun dirasakan) bersikap sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dan tidak mencampuradukkan dengan keyakinan atau agama lain.[54]

B. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark, religiusitas dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu:[55]

1. Dimensi Religious Belief (Keyakinan)

   Dimensi ini berkaitan dengan apa yang harus diyakini oleh seorang pemeluk agama. Ini mencakup komitmen dan ketaatan individu terhadap ajaran dan kepercayaan yang dianut dalam agama mereka.
2. Dimensi Ritualistik (Praktik Agama)

   Dimensi ini mencakup perilaku-perilaku tertentu yang ditetapkan oleh agama yang dianut, seperti tata cara beribadah dan pelaksanaan ritual pada waktu-waktu tertentu.
3. Dimensi Pengalaman (Penghayatan Keagamaan)

   Dimensi ini merujuk pada perasaan, persepsi, dan pengalaman yang dialami oleh seseorang yang memeluk agama tertentu. Ini mencakup pengalaman spiritual yang mendalam dan emosional.
4. Dimensi Intelektual (Pengetahuan Keagamaan)

[54] "Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 208-209: Perintah Melaksanakan Ajaran Islam Secara Keseluruhan," NU Online, 2023.
[55] Suhendar, "Religiusitas Dan Kesejahteraan Pada Masyarakat Miskin," *Jom Fisip* 1, no. 2 (2014): 1–15.

Dimensi ini mencakup pengetahuan dan informasi yang dimiliki individu mengenai keyakinan yang dianutnya. Ini termasuk pemahaman tentang ajaran, teks suci, dan tradisi agama.

5. Dimensi Konsekuensional (Implikasi dalam Kehidupan)

   Dimensi ini berkaitan dengan akibat atau efek dari keyakinan keagamaan terhadap perilaku individu. Ini mencakup bagaimana keyakinan agama mempengaruhi tindakan, sikap, dan interaksi sosial seseorang.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Minat individu dalam menggunakan layanan *PayLater* dipengaruhi oleh faktor religiusitas yang membentuk pola pikir dan perilaku keuangan. Menurut Thouless ada empat faktor yang mendasari religiusitas seseorang, diantaranya:[56]

1. Faktor Sosial

   Faktor sosial berasal dari semua pengaruh sosial seperti pengajaran, lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman, dan norma yang berlaku.

2. Faktor Alami

   Faktor alami meliputi konflik moral yang dialami oleh individu atau pengalaman emosional. Pengalaman pribadi dalam menghadapi dilema keuangan dapat berperan dalam keputusan penggunaan *PayLater*. Misalnya, jika seseorang pernah mengalami kesulitan keuangan atau merasa tekanan ekonomi, mereka mungkin lebih tertarik menggunakan *PayLater*, meskipun ada konflik moral terkait dengan hukum Islam mengenai riba.

3. Faktor Kebutuhan

   Layanan *PayLater* sering digunakan karena adanya kebutuhan akan rasa aman finansial, keinginan untuk memenuhi gaya hidup, atau kebutuhan mendesak lainnya. Generasi muda Muslim yang mengalami tekanan

[56] Said Alwi, "Perkembangan Religiusitas Remaja," *Kaukaba Dipantara*, 2014, 4.

ekonomi atau ingin memenuhi standar sosial tertentu mungkin lebih tertarik menggunakan *PayLater* meskipun ada kekhawatiran terhadap kesesuaiannya dengan prinsip Islam.

4. Faktor Intelektual

   Pemahaman terhadap ajaran Islam mengenai transaksi keuangan sangat memengaruhi minat menggunakan *paylater*. Jika seseorang memiliki pemahaman mendalam mengenai keuangan syariah dan bahaya riba, mereka cenderung menghindari layanan tersebut. Sebaliknya, jika pemahaman mereka kurang atau ada justifikasi tertentu (misalnya anggapan bahwa *paylater* berbasis syariah tersedia), maka mereka mungkin lebih terbuka untuk menggunakannya

D. Religiusitas dan Perilaku Konsumen

Religiusitas merupakan aspek penting dalam kehidupan individu yang dapat memengaruhi berbagai aspek perilaku, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman dalam setiap aspek kehidupan mereka, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan pemilihan produk atau layanan keuangan yang digunakan.

Dalam konteks ekonomi Islam, pengambilan keputusan keuangan harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah, yang menekankan pada keadilan, transparansi, serta larangan terhadap riba dan gharar (ketidakpastian). Oleh karena itu, individu Muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih instrumen keuangan, terutama yang berkaitan dengan pinjaman atau cicilan.

Salah satu layanan keuangan yang saat ini banyak diminati oleh generasi muda adalah layanan paylater. Paylater memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari dalam bentuk cicilan. Meskipun layanan ini menawarkan kemudahan dalam transaksi, terdapat beberapa aspek yang dapat bertentangan dengan

prinsip syariah, terutama jika layanan tersebut mengandung unsur riba dalam bentuk bunga atau denda keterlambatan pembayaran.

Bagi generasi muda Muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, aspek kepatuhan terhadap syariah menjadi pertimbangan utama sebelum menggunakan layanan ini. Mereka akan cenderung memilih layanan paylater yang berbasis syariah, seperti yang menawarkan akad murabahah (jual beli dengan margin keuntungan yang disepakati) atau ijarah (sewa guna usaha), dibandingkan layanan konvensional yang mengenakan bunga.

Selain itu, religiusitas juga dapat berperan sebagai mekanisme pengendalian diri dalam penggunaan layanan keuangan. Individu yang memiliki kesadaran religius yang kuat akan lebih berhati-hati dalam berutang dan memastikan bahwa transaksi yang mereka lakukan tidak melampaui kemampuan finansial mereka. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya hidup sederhana, menghindari utang yang tidak perlu, serta mengelola keuangan secara bijaksana.

Dengan demikian, religiusitas memiliki peran yang signifikan dalam memoderasi minat generasi muda Muslim terhadap penggunaan layanan paylater. Tingkat religiusitas yang tinggi dapat mendorong individu untuk lebih selektif dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dan lebih bijaksana dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka.

2.1.5 Gaya Hidup Hedonis

A. Konsep dan Karakteristik Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup menurut pendapat Amstrong dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup sikap, pengalaman, pengamatan, persepsi, motif, kepribadian, dan konsep diri. Sementara itu,

faktor eksternal yang turut mempengaruhi pembentukan gaya hidup meliputi keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.[57]

Hedonis adalah upaya untuk mewujudkan kepribadian atau sikap dalam mengeksplorasi hal-hal baru yang bertujuan hanya untuk kesenangan.[58] Sikap ini mendorong individu untuk terus mencari pengalaman yang menyenangkan, baik dalam aspek konsumsi, hiburan, maupun gaya hidup, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang.

Gaya hidup hedonis merupakan cara hidup di mana seseorang secara berlebihan mencari kesenangan dan kepuasan, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kesehatan fisik atau kondisi keuangan.[59] Menurut Solomon gaya hidup hedonis adalah sebuah kebiasaan individu yang menghabiskan waktunya hanya untuk kesenangan, sering kali dilakukan bersama teman-teman, dengan tujuan untuk tetap terlihat menarik di hadapan orang-orang di sekitarnya.[60]

B. Indikator Gaya Hidup Hedonis

Indikator gaya hidup hedonis menurut Arnold dan Reynolds mencakup beberapa aspek sebagai berikut:[61]

---

[57] Hafizni Nur Hayati, Mareta Dwi Hidayati, and Nadhirotul Aini, "Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Hedonis Relasinya Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan E-Commerce" 3, no. September (2024): 125–46.

[58] Ikhtyar Pratama, Jumawan Jasman, and Saharuddin Saharuddin, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Orang Tua, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (2022): 819–25, https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1837.

[59] Asri Lestari, Weny Rivanka, and Dini Lestari, "Gaya Hidup Hedonis Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi Administrasi Bisnis Universita Sumatera Utara," *Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi* 4, no. 1 (2023): 12–18.

[60] Dandi Pebriana, Linda Mora, and Devi Marganing Tyas, "Tren Konsumtif Di Kalangan Pekerja : Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Fear of Missing Out Di Kabupaten Karawang" 2, no. 03 (2024): 154–62.

[61] Sarah Vivian, "Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Produk Starbuck," *Jurnal Transaksi* 12, no. 1 (2020): 51–66.

1. *Adventure shopping*, belanja sebagai suatu tantangan, pentualangan, dan sensasi yang menggembirakan di mana konsumen menikmati pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan eksploratif.
2. *Social shopping*, belanja dilakukan dalam suasana sosial bersama orang lain, seperti teman atau keluarga yang tujuan utamanya bersosialisasi dan menikmati kebersamaan.
3. *Gratification shopping*, belanja memberikan kepuasan emosional tertentu, seperti rasa senang, bangga, atau perasaan poditif lainnya yang muncul dari aktivitas berbelanja.
4. *Idea shopping*, motivasi berbelanja untuk mengikuti tren terbaru, mencari inspirasi, atau mendapatkan informasi tentang produk dan inovasi baru.
5. *Role shopping*, berbelanja dilakukan untuk memenuhi peran sosial tertentu, misalnya membeli barang untuk orang lain atau sebagai bagian dari identitas sosial tertentu.
6. *Value shopping*, berbelanja dengan tujuan mencari nilai atau keuntungan seperti diskon, potongan harga, atau barang murah yang memberikan kepuasan tersendiri.

C. Gaya Hidup Hedonis Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Bahari dan Sutono, gaya hidup hedonis dalam perspektif ekonomi Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara pencarian kesenangan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, individu dianjurkan untuk menikmati kesenangan, tetapi tetap dalam koridor yang tidak merugikan diri sendiri atau orang lain.[62]

Selain itu, gaya hidup hedonis dalam perspektif ekonomi Islam harus selalu mempertimbangkan aspek keberkahan dan keseimbangan. Seseorang

[62] Fauzi Rizky Bahari and Sutono Sutono, "Analisis Faktor-Faktor Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Gaya Hidup Berdasarkan Perspektif Syariah," *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* 1, no. 3 (2023): 105–13, https://doi.org/10.57096/hawalah.v2i1.15.

boleh mencari kebahagiaan duniawi, tetapi tidak boleh melupakan tanggung jawab sosial, seperti berbagi dengan sesama melalui zakat, infaq, dan sedekah. Dengan demikian, kesenangan yang diperoleh bukan hanya bersifat pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain.[63]

Kebutuhan dalam Islam diklasifikasikan sebagai berikut:[64]

a. *Dharuriyat* (Kebutuhan Primer/Pokok)

   Dharuriyat adalah kebutuhan yang sifatnya mutlak untuk kelangsungan hidup manusia dan keberlangsungan hidup manusia dan keberlangsungan agama. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka kehidupan akan terganggu baik dari segi fisik, mental, maupun spiritual. Contoh kebutuhan ini meliputi pangan, sandang, papan, kesehatan, pendidikan dasar, keamanan, dll. Pemenuhan *dharuriyat* memastikan perlindungan lima pokok yaitu agama (*dien*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*maal*).

b. *Hajiyyat* (Kebutuhan Kebutuhan Sekunder)

   Hajiyyat adalah kebutuhan yang jika tidak terpenuhi tidak mengancam kelangsungan hidup, tetapi menyebabkan kesulitan atau ketidaknyamanan. Kebutuhan ini meningkatkan kualitas hidup dan kenyamanan manusia dalam menjalankan kehidupannya. Contohnya seperti alat transportasi, teknologi komunikasi, pendidikan lanjutan, dan lain sebagainya. Dalam ekonomi Islam, *Hajiyyat* dianjurkan untuk dipenuhi dengan tetap mempertahankan keseimbangan agar tidak terjerumus pada *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan).

c. *Tahsiniyat* (Kebutuhan Tersier)

   Tahsiniyat adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peningkatan estetika, kesopanan, dan keindahan dalam kehidupan. Kebutuhan ini dapat

[63] Iin Emy Prastiwi and Tira Nur Fitria, "Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 731, https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486.

[64] Ahmad Deski, "Maqasid Syari'Ah Menurut Abdul Wahab Khalaf," *Jurnal Ilmiah Al-Furqan: Al-Qur'an Bahasa Dan Seni* 9, no. 1 (2022): 203–13, https://doi.org/10.69880/alfurqan.v9i1.59.

meningkatkan nilai sosial dalam masyarakat. Contohnya seperti perabot rumah tangga mewah, model pakaian yang indah, akses fasilitas mewah, dll. Tahsiniyat dalam Islam dikendalikan dengan nilai etika agar pemenuhan kebutuhan tidak melahirkan sifat pamer (*riya'*) atau mubadzir.

Gaya hidup yang terlalu mengejar kesenangan duniawi dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam kehidupan seseorang, sehingga berpotensi menimbulkan dampak negatif, baik secara individu maupun sosial.

Qur'an surah al-A'raf ayat 31 yang menjelaskan tentang prinsip keseimbangan:

۞ يٰبَنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْٓا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝ ٣١

Artinya: "*Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan*."

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini penulis mengambil beberapa penelitian sebagai referensi guna memperkaya bahan kajian pada penelitian. Penelitian terdahulu yang didapat berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Muhammad Rifqy Haiqal, Wisang Candra Bintari, and Nurul Hidayah [65]	Pengaruh Literasi Keungan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *PayLater* (Studi Pada Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi minat dalam menggunakan *PayLater*. Pada variabel Gaya Hidup juga mempengaruhi	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X yang digunakan, yaitu Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan

[65] Muhammad Rifqy Haiqal, Wisang Candra Bintari, and Nurul Hidayah, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Paylater (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sorong)," *Analisis* 14, no. 2 (2024): 413–27, https://doi.org/10.37478/als.v14i2.4548.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		Muhammadiyah Sorong)	kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan *PayLater*. Literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*.	Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3.
2.	Pera Dwiwansi, Endah Dewi Purnamasari, dan Shafiera Lazuarni[66]	Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *Paylater* Pada *E-Commerce*	Studi ini bertujuan untuk mengetahui dampak literasi keuangan dan *financial experinnce* pada mahasiswa KSPM dari tujuh perguruan tinggi di Palembang. Berdasarkan hasil analisis uji *t* menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan secara signifkan mempengaruhi penggunaan *PayLater* di *E-Commerce.* Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik termotivasi untuk menggunakan *PayLater.* Sedangkan *Financial Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X yang digunakan, yaitu Literasi Keuangan (X1) dan *Financial Experience* (X2). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3.

[66] Pera Dwiwansi, Endah Dewi Purnamasari, and Shafiera Lazuarni, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce," *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 10, no. 2 (2023): 48–58, https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.781.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			PayLater di *E-Commerce.* Berdasarkan hasil uji F (stimultan) menyatakan kedua variabel secara bersama-sama mempengaruhi penggunaan *PayLater* di *E-Commerce.*	
3.	Gina Rahmawati dan Elly Mirati[67]	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Millenial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berdampak negatif pada perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater. Literasi keuangan yang tinggi menyebabkan perilaku konsumtif yang rendah. Gaya Hidup secara positif signifikan mempengaruhi pengguna Shopee Paylater. Peningkatan gaya hidup menyebabkan lebih banyak pembelian tidak perlu. Secara bersama-sama literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X dan Y. Pada penelitian ini menggunakan variabel Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2), serta Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater (Y). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3 serta variabel (Y) Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*.
4.	Nur Windiana	Behavioral factors of	Penelitian ini melakukan tinjauan	Perbedaan penelitian ini terletak pada

[67] Gina Rahmawati and Elly Mirati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Millenial," *Prosiding SNAM PNJ*, 2022, 1–10.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Fitriyah dan Reny Nadlifatin[68]	intention to use pay later services. a systematic literature review	literatur sistematis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku konsumen dalam menggunakan *PayLater* di aplikasi m-commerce. Dengan menganalisis 30 artikel terindeks, ditemukan 10 dimensi utama yang mempengaruhi *Buy Now Pay Later* (BPNL), diantaranya **niat perilaku**, **pengaruh sosial**, **kualitas informasi**, **kemudahan penggunaan**, **literasi keuangan**, **nilai hedonis**, **persepsi risiko**, **manfaat yang dirasakan**, **kepercayaan**, dan **kebiasaan**. Studi ini menyoroti pentingnya literasi keuangan dan faktor psikologis lainnya dalam keputusan konsumen.	metode analisis data. Pada temuan ini metode analisis data yang dilakukan adalah kualitatif. Sedangkan pada kajian ini akan menggunakan metode analisis data kuantitatif.
5.	Adinda Dwi Prayusi dan Lini Inggriyani[69]	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko,	Studi ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaaan Shopee Paylater di kalangan mahasiswa	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X dan Y. Pada penelitian ini menggunakan variabel Literasi

[68] Nur Windiana Fitriyah and Reny Nadlifatin, "Behavioral Factors of Intention to Use Pay Later Services. a Systematic Literature Review," *E3S Web of Conferences* 501, no. 2024 (2024), https://doi.org/10.1051/e3sconf/202450102010.

[69] Adinda Dwi Prayusi and Lini Ingriyani, "Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Persepsi Risiko , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)," *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* 3 (2023).

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)	Politeknik Negeri Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan spaylater. Sementara persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan spaylater. Pada hasil uji F didapat bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh simultan terhadap minat menggunakan spaylater.	Keuangan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Risiko (X3), dan Kepercayaan (X4), serta Minat Menggunakan Shopee Paylater (Y). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3 serta variabel (Y) Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*.
6.	Asniyati & Rizal Yaya[70]	Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah	Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhu minat dosen fakultas ekonomi menggunakan kartu kredit syariah. Hasil penelitian menunjukkan financial literacy, religiusitas, dan norma subyektif memilihi pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X dan Y. Pada penelitian ini menggunakan variabel Financial Literacy (X1), Religiusitas (X2), mental Accounting (X3), dan Norma Subyektif (X4), serta Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Y). Sedangkan pada penelitian ini

[70] Asniyati and Rizal Yaya, "Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah," *RABIN: Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 4, no. 2 (2020): 1–14, https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/10706.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			Sebaliknya mental accounting berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah.	menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3 serta variabel (Y) Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater* yang berfokus pada *PayLater*.
7.	Rama Muhamad Pramudya dan Mira Rahmi[71]	Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi asuransi, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Selanjutnya secara parsial ditemukan dalam penelitan ini bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X maupun Y yang digunakan, yaitu terletak pada variabel Kualitas pelayanan sebagai X3 nya dan variabel Y Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3 serta lebih dispesifikkan dengan variabel (Y) Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*.

[71] Rama Muhamad Pramudya and Mira Rahmi, "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah," *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3, no. 1 (2022): 70, https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
8.	Fifie Dea Angelista, Leriza Desitama Anggraini, and Andini Utari Putri[72]	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (Y). Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Y). Sikap keuangan (X3) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Y). Literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X dan Y yang digunakan, pada penelitian terdahulu Sikap Keuangan sebagai variabel X3 dan variabel Y nya adalah Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel X dengan Literasi keuangan sebagai X1, Religiusitas sebagai X2, dan Gaya Hidup Hedonis sebagai X3 serta lebih dispesifikkan dengan variabel (Y) Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater.*
9.	Rahmantika Sari[73]	Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia	Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa kemudahan dalam penggunaan teknologi paylater memberikan pengaruh sebesar 6,4% terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce di Indonesia. Dari hasil	Perbedaan penelitian terletak pada penggunaan variabelnya, pada penelitian terdahulu Variabel Penggunaan *Paylater* sebagai variabel X sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabl Y Minat

[72] Fifie Dea Angelista, Leriza Desitama Anggraini, and Andini Utari Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater," *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 3 (2024): 696–705, https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197.

[73] Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			pengolahan data dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan teknologi paylater oleh pengguna e-commerce di Indonesia sangat baik sekali serta pengguna paylater cenderung melakukan impulse buying saat berbelanja.	Menggunakan Layanan *Paylater.*
10.	Tri Arya Putra dan Sunarmi[74]	Pengaruh Fitur Paylater dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur paylater berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Pulau Jawa dan Pulau Sumatera, dengan koefisien regresi -3,035 dan -1,197 serta signifikansi 0,000. Ini berarti peningkatan penggunaan fitur paylater cenderung mengurangi perilaku konsumtif. Sebaliknya, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan, dengan koefisien regresi -7,12 dan 0,080 serta signifikansi 0,208 dan 0,760.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel X dalam penelitian terdahulu fitur Paylater terletak pada variabel X. sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel (Y) minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater.*

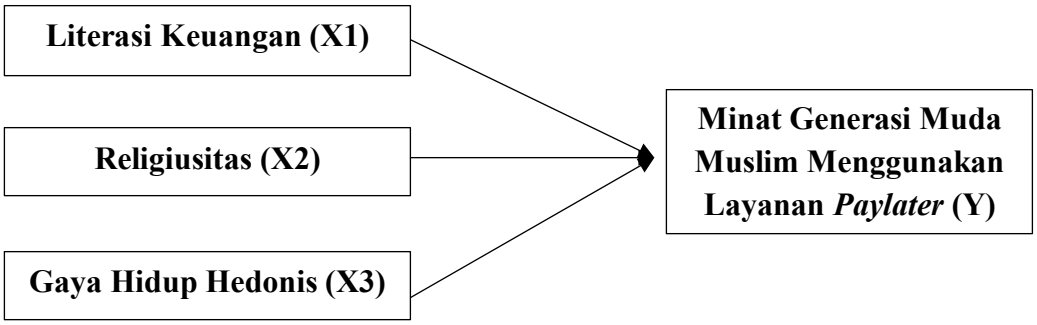
[74] Tri Arya Putra and Sunarmi, "Pengaruh Fitur Paylater Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi" 5, no. 3 (2024): 331–39, https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5628.

Penelitian sebelumnya banyak membahas tentang literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian ini lebih difokuskan dengan penambahan variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan layanan *PayLater*. Penelitian ini akan terfokus pada literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis sebagai variabel independen saat membuat keputusan untuk menggunakan layanan *PayLater*. Penelitian ini juga akan fokus pada objek penelitian, yaitu mahasiswa yang menempuh pendidikan S1 di Kecamatan Tembalang sebagai penentu hasil dari keputusan mereka untuk menggunakan layanan *PayLater*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengkaji tiga variabel independen yaitu literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan, religiusitas dan gaya hidup hedonis sebagai variabel independen terhadap minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater* sebagai variabel dependen.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang dapat diuji melalui penelitian untuk menentukan kebenarannya. Dalam penelitian, hipotesis berfungsi sebagai dasar untuk melakukan analisis dan pengujian terhadap hubungan antar

variabel-variabel yang diteliti. Secara umum, hipotesis dibagi menjadi dua jenis yaitu, hipotesis nol (H0) yang menyatakan tidak ada hubungan antar variabel, dan hipotesis alternatif (H1) yang menyatakan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel.

Hipotesis dalam penelitian kunatitatif berperan dalam merumuskan pertanyaan penelitian dan menentukan metode analisis data yang akan digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menerima atau menolak dugaan awal tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Hipotesis dalam riset ini dirumuskan sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*

Literasi keuangan adalah Literasi keuangan mengacu pada pemahaman individu terhadap konsep keuangan, termasuk cara kerja layanan kredit dan risiko yang melekat di dalamnya. Individu dengan literasi keuangan yang lebih baik akan lebih mampu mengevaluasi manfaat dan risiko layanan *PayLater*, sehingga lebih selektif dalam penggunaannya. Namun, bagi mereka yang memahami layanan ini sebagai alat keuangan yang fleksibel dan menguntungkan, tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dapat meningkatkan minat untuk menggunakannya. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) lierasi keuangan termasuk dalam sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), karena pemahaman seseorang tentang keuangan akan mempengaruhi sikap mereka terhadap layanan *PayLater*.

Literasi keuangan dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggnakan layanan *fintech*. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Gina Rahmawati dan Elly Mirati menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna

shopeepay later dengan arah hubungan negatif.[75] Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adinda Dwi Prayusi dan Lini Ingriyani menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *shopeepay later*.[76] Dalam hal ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*.

2.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*

Religiusitas mencerminkan tingkat keterikatan individu terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aspek ekonomi dan keuangan. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), religiusitas termasuk dalam norma subjektif (*subjective norms*) karena ajaran agama dan lingkungan sosial yang religius dapat menciptakan norma-norma yang mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan.

Penelitian Carnado dan rahmayanti menunjukkan religiusitas menunjukan hasil yang negatif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee *PayLater.*[77] Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin kecil kemungkinan mereka menggunakan Shopee *PayLater.*

H2: religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*.

---

[75] Rahmawati and Mirati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Millenial."

[76] Prayusi and Ingriyani, "Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Persepsi Risiko , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)."

[77] Hegi Carnado and Rahmayanti, "Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater."

2.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim dalam Menggunakan Layanan *PayLater*

Gaya hidup hedonis menggambarkan kecenderungan individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan pribadi melalui konsumsi. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), gaya hidup hedonis berhubungan dengan kontrol perilaku (*perceived ehavioral control*) karena individu dengan gaya hidup konsumtif mungkin merasa memiliki kemudahan dalam mengakses layanan PayLater untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian menurut Mallarangan dan Dermawan menyatakan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater.[78] Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Siti Marisa Bila dan Novi Marlena menunjukkan gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopeepay* Later.[79] Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*.

[78] Thirah, Mallarangan, and Dermawan, "Faktor Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Spaylater Di Surabaya."

[79] Siti Marisa Bila and Novi Marlena, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopeepay Later," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, no. 2 (2024): 215–22.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[80] Penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel yang telah ditentukan yaitu, literasi keuangan, religiusitas, gaya hidup hedonis, dan minat menggunakan layanan *PayLater*. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian dengan menganalisis pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan data yang terukur secara statistik.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data adalah subjek atau tempat yang menyediakan informasi untuk pengkajian. Sumber data dapat beriupa individu, kelompok, dokumen, atau fenomena tertentu. Sumber data terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder, berikut penjelasannya:

1. Sumber data primer

   Sumber data adalah subjek atau tempat yang menyediakan informasi untuk pengkajian. Sumber data dapat beriupa individu, kelompok, dokumen, atau fenomena tertentu. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli.[81] Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung dari

[80] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Resreach and Development*, ed. Sofia Yustiyani Suryandari (Bandung: Alfabeta, 2019).
[81] Nur Indriantoro and Drs. Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis-Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, ed. Maya, 1st ed. (Penerbit CV. ANDI OFFSET, 2018).

mahasiswa program studi S1 di Kecamatan Tembalang melalui pengisian kuesioner oleh responden.

2. Sumber Data Sekunder

   Sumber data sekunder adalah informasi yang telah dipublikasikan atau dapat dimanfaatkan oleh pihak lain yang diperlukan dalam konteks penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal, publikasi lembaga, web, dan sumber lain yang mendukung penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu atau unit yang menjadi subjek penelitian. Menurut Furchan dalam penelitian Soesana et. al menyatakan bahwa populasi adalah semua anggota kelompok orang, kejadian, atau objek yang dirumuskan secara jelas.[82]

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program sarjana (S1) yang menempuh pendidikan di Kecamatan Tembalang. Populasi ini dipilih karena Kecamatan Tembalang adalah kawasan perguruan tinggi yang ditempati oleh mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia Karakteristik utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif program S1 yang menempuh pendidikan di wilayah Kecamatan Tembalang.
2. Mahasiswa yang beragama Islam, untuk memastikan relevansi dengan aspek religiusitas dalam penelitian.
3. Berusia antara 18-25 tahun (bagian dari generasi muda).
4. Memiliki pengetahuan atau pernah menggunakan layanan *PayLater*.

[82] Abigail Soesana et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

Kriteria Eksklusi:

1. Mahasiswa non-Muslim.
2. Mahasiswa tidak termasuk dalam program S1.
3. Mahasiswa yang tidak menempuh pendidikan di Kecamatan Tembalang.
4. Responden yang tidak mengisi kuesioner secara lengkap atau memberikan jawaban tidak konsisten.

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Program S1 di Kecamatan Tembalang

No.	Nama Univeritas	Jumlah Mahasiswa S1
1.	Universitas Diponegoro	33.857
2.	Universitas Pandanaran	3.088
3.	Universitas Muhammadiyah Semarang	9.552
	Total	46.497

Sumber: pddikti data diolah

3.2.2 Sampel

Menurut Husain dan Purnomo dalam buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif menyatakan sampel adalah sebagain dari anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling.[83] Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua mahasiswa di Kecamatan Tembalang memenuhi karakteristik populasi yang ditetapkan, terutama terkait dengan aspek keislaman, usia, dan pengetahuan tentang layanan *PayLater*.

Pemilihan *purposive sampling* dinilai efektif untuk menjangkau responden yang memiliki pengalaman atau pengetahuan relevan terhadap

[83] Nur Hikmatul Auliya Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, vol. 5, 2020.

layanan *PayLater*, serta dapat menjawab instrumen penelitian secara kredibel dan kontekstual.

Distribusi kuesioner akan dilakukan secara daring (*online*) menggunakan platform seperti Google Form, dan disebarkan melalui grup WhatsApp, organisasi kampus, serta media sosial mahasiswa di lingkungan Kecamatan Tembalang.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu;

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = *margin of error* yang diinginkan (10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasar data yang diperoleh dari mahasiswa program S1 yang berada di wilayah Kecamatan Tembalang adalah:

$$n = \frac{46.497}{1+46.497(0,1)^2} = \frac{46.497}{1+(46.497(0,01))} = \frac{46.497}{1+464,97} = \frac{46.497}{465,97} = 99,78$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Pemilihan jumlah sampel sebesar 100 orang ini dianggap telah mewakili populasi secara proporsional dengan margin of error yang masih dapat diterima dalam konteks penelitian sosial.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu metode pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disususn secara sistematis untuk dijawab oleh responden dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Kuesioner digunakan untuk mengukur tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti bertanya jawab dengan responden melalui daftar pertanyaan yang telah disediakan.[84] Respoden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa program S1 di Kecamatan Tembalang yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan layanan *PayLater*. Kuesioner yang digunakan peneliti bersifat tertutup dimana responden tidak diberikan kesempatan untuk menjawab bebas dengan memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena sesuai untuk mengukur hubungan antar variabel yaitu, literasi keuangan, religiusitas, gaya hidup hedonis, dan minat dalam menggunakan layanan *PayLater* secara sistematis dan memungkinkan mengumpulkan data dari sampel besar secara efisien.

Pengukuran yang digunakan dalam riset ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert atau *Likert Scale* adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat.[85] Skala Likert berfungsi sebagai kerangka metodologis untuk penciptaan instrumen yang menilai sikap, persepsi, dan pendapat individu atau kolektif mengenai potensi dan tantangan yang terkait dengan suatu objek, desain produk, proses yang terlibat dalam pengembangan produk, dan produk yang dihasilkan yang dikembangkan atau dibuat.[86] Dalam skala likert responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian

---

[84] Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Ina-Rxiv, 2016), https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/aucjd.

[85] "Memahami Skala Likert Dalam Penelitian Ilmiah," Binus University, 2021, https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/.

[86] Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Resreach and Development*.

pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang diukur dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skor 1 sampai dengan 5 dengan sistem penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No.	Jenis Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan penelitian yang mendukung penelitian. Pada studi literatur penulis menggunakan sumber-sumber yang lain guna melengkapi pembahasan yang akan dikaji melalui *library resreach*, buku, jurnal, artikel, majalah, undang-undang dan sumber lain yang mendukung penelitian.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel 3. 3 Definisi Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Literasi Kuangan (X1)	Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai keterampilan keuangan, termasuk pengelolaan uang, investasi, dan perencanaan	1. Pengetahuan Keuangan 2. Keterampilan Keuangan 3. Keyakinan Keuangan 4. Sikap Keuangan 5. Perilaku Keuangan	Likert

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		keuangan untuk mencapai kesejahteraan.	Sumber: Otorias Jasa Keuangan (OJK)[87]	
2.	Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah simbol dalam sistem keyakinan, sistem keyakinan, nilai, dan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya.	1. Dimensi Ideologis (Keyakinan) 2. Dimensi Ritualistik (Praktik) 3. Dimensi Pengalaman (Penghayatan Keagamaan) 4. Dimensi Intelektual (Pengetahuan Keagamaan) 5. Dimensi Konsekuensional (Implikasi dalam Kehidupan) Sumber: Glock dan Stark[88]	Likert
3.	Gaya Hidup Hedonis (X3)	Gaya hidup hedonis adalah suatu cara hidup di mana individu secara berlebihan mengejar kesenangan dan kepuasan, tanpa memperhatikan konsekuensi yang mungkin timbul terhadap kesehatan fisik atau keadaan keuangan mereka.	1. *Adventure shopping* 2. *Social shopping* 3. *Gratification shopping* 4. *Idea shopping* 5. *Role shopping* 6. *Value shopping* Sumber: Arnold dan Reynolds[89]	Likert
4.	Minat Generasi Muda Muslim	Minat merupakan faktor awal yang memengaruhi individu, karena	1. Minat Eksploratif 2. Minat Preferensial 3. Minat Transaksional	Likert

[87] Keuangan and Statistik, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024.
[88] Suhendar, "Religiusitas Dan Kesejahteraan Pada Masyarakat Miskin."
[89] Vivian, "Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Produk Starbuck."

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	Menggunakan Layanan *Paylater* (Y)	ketika minat muncul, kemungkinan besar seseorang akan terlibat dalam aktivitas tersebut.	4. Komitmen Berkelanjutan 5. Minat Refensial Sumber: Maharani, Arsa, dan Noor[90]	

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merujuk pada metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah dan mengevaluasi data yang telah dikumpulkan, termasuk proses pengujiannya.[91] Analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti harus sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan serta tujuan penelitian yang ingin dicapai.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua jenis statistik yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami. Teknik ini tidak bertujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi terhadap populasi, melainkan hanya mendeskripsikan karakteristik data yang diperoleh dari sampel penelitian.[92]

Dalam penelitian kuantitatif, statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menyajikan hasil dalam bentuk tabel, diagram, grafik, atau ukuran-ukuran statistik seperti rata-rata (*mean*), median, modus,

[90] Maharani, Arsa, and Noor, "Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Minat Penggunaan Shopee Paylater Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam STS Jambi."
[91] Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 6th ed. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2016).
[92] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2022).

standar deviasi, persentase, serta distribusi frekuensi. Statistik deskriptif membantu dalam memahami pola atau tren dalam data, yang nantinya dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan atau analisis lebih lanjut.

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

   Validitas adalah sejauh mana sebuah alat ukur (instrumen) dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur.[93] Data dikatakan valid apabila instrumen yang digunakan mampu secara akurat mengukur aspek yang memang seharusnya diukur.[94] Instrumen yang valid memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki keabsahan yang tinggi, memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan yang tepat dan dapat dipercaya.

   Untuk mengukur tingkat validitas item pernyataan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antara skor item indikator pernyataan dengan skor konstruk. Uji validitas mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar benar dapat menilai apa yang dimaksudkan.[95] Kriteria validitas:

   - Jika nilai r hitung > r tabel, maka item dianggap valid.
   - Jika nilai r hitung < r tabel, maka item dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas adalah proses untuk menentukan konsistensi dan stabilitas suatu instrumen pengukuran. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan dan tidak berubah-ubah ketika diulang dalam kondisi yang sama.[96] Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini

---

[93] Indrawan, Asep, and Yaniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif Dan Kualitatif. Pustaka Cendekia*, 2017.
[94] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
[95] Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS (Edisi 7)," *Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro* 160 (2013).
[96] Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek," 2010.

dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Sebuah konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut cukup konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

   Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah nilai residual yang telah distandarisasi dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Residual dikatakan berdistribusi normal jika sebagian besar nilai residual terstandarisasi mendekati rata-ratanya.[97] Dalam penelitian ini akn menggunakan uji normalitas *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* yang dapat mengidentifikasi bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

   Uji multikolineraitas menunjukkan hubungan linier antara variabel independen dalam konteks analisis regresi berganda. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa hubungan atau korelasi yang ada antara setiap variabel. Model regresi yang efektif ditandai dengan tidak adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mengevaluasi adanya gejala multikolinearitas, dapat digunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Jika nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.[98]

---

[97] Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 2021.

[98] Effiyaldi Yaldi et al., "Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2 (2022): 94–102, https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89.

3. Uji Heteroskedastisitas

   Uji heteroskedastisitas adalah prosedur yang digunakan untuk menguji apakah varians residual dari model regresi bersifat konstan di seluruh rentang nilai variabel independen. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak sama, yang dapat mengakibatkan estimasi parameter yang tidak efisien dan kesalahan standar yang tidak akurat.[99] Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, penelitian ini akan menggunakan uji *Glejser*. Dalam uji *Glejser*, pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan signifikansi antar variabel yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan analisis statistik yang ingin melihat hubungan dan pengaruh fungsional antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).[100] Regresi linear berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yang sama-sama digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Perbedaan utama antara kedua metode ini terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Dalam regresi linear sederhana, hanya terdapat satu variabel bebas, sedangkan dalam regresi linear berganda, terdapat lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

Dalam penelitian ini persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

[99] Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS (Edisi 7)."
[100] Supardi, *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, Dan Penarikan Kesimpulan*, 1st ed. (Depok: Rajawali Pres, 2017).

Keterangan:

Y = Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater*

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien dari masing-masing variabel bebas

X_1 = Variabel bebas *Literasi Keuangan*

X_2 = Variabel bebas Religiusitas

X_3 = Variabel bebas Gaya Hidup Hedonis

e = Standar error

3.5.5 Uji Hipotesis

a. Uji *t* (Uji Parsial)

Uji *t* merupakan salah satu metodologi statistik yang digunakan untuk mengevaluasi validitas hipotesis nol, yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara dua rata-rata sampel yang diturunkan secara acak dari populasi tunggal.[101] Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.

Selain itu, dapat juga dilihat melalui nilai signifikansi, yaitu:

- Jika nilai sig. < 0,05, artinya terdapat pengaruh signifikan.
- Jika nilai sig. > 0,05, artinya tidak terdapat penaruh signifikan.

b. Uji F (Uji Stimultan)

Uji F atau uji koefisien regresi secara simultan, digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model

[101] Supardi.

regresi. Uji ini membantu mengevaluasi apakah model regresi yang digunakan mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan mempertimbangkan semua variabel independen secara bersamaan.[102]

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R^2*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R^2*) digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi dalam data hasil observasi. Nilai *Adjusted R^2* menunjukkan proporsi variasi total dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilai *Adjusted R^2*, semakin baik model dalam merepresentasikan data yang dianalisis. Jika *Adjusted R^2* mendekati 1, maka model dianggap memiliki tingkat kecocokan yang tinggi terhadap data.[103]

[102] Oktavia Kusumaningsih and Mujiyati Mujiyati, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 2 (2024): 4116–27, https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9105.

[103] Dwi Endah Kusrini Setiawan, *Ekonometrika*, ed. Nikodemus WK (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2010).

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Tembalang



Kecamatan Tembalang merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kota Semarang, Jawa Tengah. Kecamatan ini dikenal sebagai pusat pendidikan tinggi, dengan banyaknya perguruan tinggi yang beroperasi di wilayah ini, seperti Universitas Diponegoro, Politeknik Negeri Semarang, dan beberapa institusi pendidikan lainnya. Keberadaan institusi pendidikan ini menjadikan Tembalang sebagai lokasi yang strategis untuk penelitian yang berfokus pada generasi muda, khususnya mahasiswa.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang, jumlah penduduk di Kecamatan Tembalang mencapai sekitar 100.000 jiwa, dengan proporsi penduduk usia produktif (15-64 tahun) yang cukup tinggi, yaitu sekitar 70% dari total populasi. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi penelitian yang melibatkan mahasiswa dan generasi muda, terutama dalam konteks perilaku keuangan dan penggunaan layanan digital seperti PayLater.

Selain itu, Tembalang juga memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang beragam. Banyak mahasiswa yang berasal dari luar daerah, sehingga menciptakan lingkungan yang multikultural. Hal ini dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku konsumsi mereka, termasuk dalam hal literasi keuangan dan religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dalam memengaruhi minat generasi muda Muslim di Tembalang dalam menggunakan layanan PayLater.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui *social media*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi S-1 yang sedang menempuh pendidikan di wilayah Kecamatan Tembalang, Kota Semarang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100. Analisis deskriptif ini adalah paparan dari hasil kuesioner responden.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan atau berdomisili di wilayah Kecamatan Tembalang, Kota Semarang yang berusia 18-25 tahun. Adapun pertanyaan dalam kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan mengenai variabel variabel penelitian yaitu, literasi keuangan, religiusitas, gaya hidup hesonis, dan minat generasi muda muslim menggunakan layanan *PayLater.* Penyebaran kuesioner dilakukan melalui penelitian langsung melalui tatap muka langsung dengan responden dan dilakukan secara *online* melalui *google form* yang disebarkan melalui whatsapp dan instagram. Gambaran umum responden dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Hasil data yang diperoleh dari penelitian berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	54	54,0
2.	Perempuan	46	46,0
	TOTAL	**100**	**100,0**

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 54 orang dengan persentase 54,0% dan jumlah responden perempuan sebanyak 46 orang dengan persentase 46,0%. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki.

2. **Responden berdasarkan Asal Universitas**

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas

No.	Asal Universitas	Jumlah	Persentase %
1.	Universitas Diponegoro	92	92,0
2.	Universitas Pandanaran	5	5,0
3.	Universitas Muhammadiyah Semarang	3	3,0
	TOTAL	**100**	**100,0**

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden berasal dari mahasiswa S1 yang berada di Kecamatan Tembalang. Mayoritas responden berasal dari Universitas Diponegoro yaitu sebanyak 92 responden (92,0%). Sementara itu, responden yang berasal dari Universitas Pandanaran sebanyak 5 responden (5,0%) dan dari Universitas Muhammadiyah Semarang sebanyak 3 responden (3,0%).

3. Responden berdasarkan pengguna layanan *PayLater*

Hasil data yang diperoleh dari penelitian berdasarkan pengguna *PayLater* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan *PayLater*

No.	Penggunaan *PayLater*	Jumlah	Persentase %
1.	Ya	61	61,0
2.	Tidak	39	39,0
	TOTAL	**100**	**100,0**

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa S1 di Kecamatan Tembalang menggunakan layanan Paylater. Hal ini ditunjukkan oleh 61 responden (61,0%) yang menyatakan menggunakan layanan *Paylater,* sedangkan 39 responden (39,0%) menyatakan tidak menggunakan layanan *Paylater*.

4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

1. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang efektif terkait keuangan pribadi. Dalam penelitian ini literasi keuangan dihubungkan dengan minat menggunakan layanan *PayLater*. Layanan ini berbentuk transaksi keuangan berbasis utang yang memungkinkan konsumen menunda pembayaran atas suatu produk atau jasa. Individu dengan literasi keuangan yang baik seharusnya memiliki kecermatan lebih dalam dengan mempertimbangkan risiko dan konsekuensi penggunaan layanan ini, seperti bunga, biaya tambahan, dan dampak stabilitas keuangan jangka panjang. Sebaliknya, rendahnya tingkat literasi keuangan individu dapat menyebabkan seseorang lebih mudah tergiur oleh kemudahan fitur *PayLater* tampa mempertimbangkan implikasinya. Berikut ini adalah distribusi frekuensi jawaban responden mengenai variabel literasi keuangan:

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan

Literasi Keuangan	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	60	60,0
Rendah	40	40,0
Total	100	100,0

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa mayoritas responden yang memiliki tingkat literasi keuangan cukup tinggi, yaitu sebanyak 60 responden (60%) dari total sampel. Di sisi lain, sebanyak 40 responden (40%) berada pada tingkat literasi keuangan yang cukup rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, responden dalam penelitian ini telah memiliki pemahaman yang baik terkait dengan literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip keuangan yang dapat mempengaruhi kecermatan mereka dalam mengambil keputusan terkait penggunaan layanan *PayLater.*

2. Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat penghayatan dan pengalaman individu terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, religiusitas berperan dalam membentuk pola pikir dan sikap individu, termasuk dalam hal pengambilan keputusan finansial seperti penggunaan layanan keuangan berbasis utang, salah satunya *PayLater*. Individu dengan tinkat religiusitas tinggi umumnya memiliki kontrol diri yang lebih baik dan cenderung mempertimbangkan aspek halal-haram dan etika dalam transaksi keuangan. Berikut ini adalah distribusi frekuensi jawaban responden mengenai variabel religiusitas:

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Religiusitas

Religiusitas	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	53	53,0
Rendah	47	47,0

Total	100	100,0

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa sebanyak 53 responden (53,0%) memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, sedangkan 47 responden (47,0%) memiliki tingkat religiusitas yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memiliki tingkat keagamaan yang baik. Tingginya tingkat religiusitas ini dapat berpengaruh terhadap sikap kehati-hatian dalm menggunakan layanan keuangan seperti *PayLater,* terutama jika individu menimbang nilai-nilai agama dalam pengambilan keputusan konsumtif dan pembiayaan berbasis utang.

3. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedons adalah kecenderungan individu untuk mencari kesenangan, kenyamanan, dan pemenuhan keinginan tanpa pertimbangan rasional terhadap kebutuhan serta kemampuan finansial. Dalam konteks penggunaan *PayLater*, gaya hidup hedonis dapat menjadi pendorong utama bagi individu untuk melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan karena kemudahan sistem pembayaran yang ditawarkan. Berikut ini adalah distribusi frekuensi jawaban responden mengenai variabel gaya hidup hedonis:

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup Hedonis

Gaya Hidup Hedonis	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	52	52,0
Rendah	48	48,0
Total	100	100,0

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian responden, yaitu 52 responden (52,0%) memiliki gaya hidup hedonis yang cukup tinggi. Sebaliknya, sebanyak 48 responden (48,0%) tergolong dalam kategori rendah. Hasil ini menunjukkan sebagian responden memiliki kecenderungan konsumtif yang tinggi dan senang mencari kepuasan instan yang mendorong minat lebih besar terhadap

penggunaan layanan *PayLater* sebagai bentuk alat untuk memnuhi keinginan konsumtif secara cepat.

4. Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater*

Minat adalah dorongan internal dalam diri individu untuk melakukan suatu tindakan atau keputusan tertentu. Dalam hal ini, minat merujuk pada kecenderunagn generasi muda muslim untuk menggunakan layanan *PayLater* dalam bertransaksi. Minat yang tinggi terhadap layanan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis. Berikut adalah distribusi frekuensi jawaban responden terkait minat menggunakan layanan *PayLater*:

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater*

Minat Menggunakan Layanan *PayLater*	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	49	49,0
Rendah	51	51,0
Total	100	100,0

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa sebanyak 49 responden (49,0%) memiliki minat yang cukup tinggi terhadap penggunaan layanan *PayLater*, sedangkan 51 responden (51,0%) memiliki minat rendah. Meskipun terdapat sedikit selisih, hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap penggunaan *PayLater* masih tergolong berimbang, dengan kecenderungan mayoritas responden menunjukkan sikap yang cukup hati-hati. Miant ini dapat dipengaruhi oleh pemahaman keuangan, niali-nilai agama, dan kecenderungan gaya hidup responden yang secara bersama-sama membentuk sikap dan keputusan terhadap penggunaan *PayLater.*

4.2 Uji Kelayakan Data

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor totalnya yang kemudian di olah dengan menggunakan program SPSS dengan tingkat signifikasi = 5 % atau 0,05. Uji validitas mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar menilai apa yang dimaksudkan. Kriteria validitas:

- Jika nilai r hitung > r tabel, maka item dianggap valid.
- Jika nilai r hitung < r tabel, maka item dianggap tidak valid.

Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,744	0,195	Valid
	X1.2	0,798	0,195	Valid
	X1.3	0,795	0,195	Valid
	X1.4	0,755	0,195	Valid
	X1.5	0,772	0,195	Valid
	X1.6	0,593	0,195	Valid
	X1.7	0,827	0,195	Valid
	X1.8	0,822	0,195	Valid
	X1.9	0,446	0,195	Valid
	X1.10	0,577	0,195	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,772	0,195	Valid
	X2.2	0,809	0,195	Valid
	X2.3	0,697	0,195	Valid
	X2.4	0,744	0,195	Valid
	X2.5	0,801	0,195	Valid
	X2.6	0,650	0,195	Valid
	X2.7	0,662	0,195	Valid
	X2.8	0,761	0,195	Valid
	X2.9	0,765	0,195	Valid
	X2.10	0,773	0,195	Valid

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis (X3)	X3.1	0,788	0,195	Valid
	X3.2	0,743	0,195	Valid
	X3.3	0,822	0,195	Valid
	X3.4	0,890	0,195	Valid
	X3.5	0,873	0,195	Valid
	X3.6	0,814	0,195	Valid
	X3.7	0,820	0,195	Valid
	X3.8	0,708	0,195	Valid
	X3.9	0,695	0,195	Valid
	X3.10	0,669	0,195	Valid
	X3.11	0,621	0,195	Valid
	X3.12	0,760	0,195	Valid
Minat Menggunakan Layanan *PayLater* (Y)	Y.1	0,829	0,195	Valid
	Y.2	0,609	0,195	Valid
	Y.3	0,899	0,195	Valid
	Y.4	0,925	0,195	Valid
	Y.5	0,950	0,195	Valid
	Y.6	0,885	0,195	Valid
	Y.7	0,898	0,195	Valid
	Y.8	0,877	0,195	Valid
	Y.9	0,929	0,195	Valid
	Y.10	0,899	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan yang diuji adalah valid karena setiap item meiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibanding r_{tabel} yaitu 0,195.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variable penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan dengan kata lain instrumen adalah reliable atau terpercaya.

b. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) < 0,60 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Jumlah Item	Keterangan
X1	0,891	10	Reliabel
X2	0,909	10	Reliabel
X3	0,936	12	Reliabel
Y	0,965	10	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa semua instrument variabel yang diuji hasilnya adalah reliable yang ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah nilai residual yang telah distandarisasi dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Distribusi data dikatakan normal apabila nilai signifikansinya lebih besar darpada 0,05. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 23. Uji normalitas dalam penelitian ini melalui pendekatan *Monte Carlo* yang digunakan dalam pelaksanaan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dengan tingkat kepercayaan (*confidence level*) sebesar 95%. Mengacu pada pendapat Ghozali (2018), kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan metode *Monte Carlo* adalah sebagai berikut:[104]

[104] Dandi Dwi Anggoro et al., "Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee Di Jakarta Timur)," *JEMSI (Jurnal*

a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.
b. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		8,283444
Most Extreme Differences	Absolute		,129
	Positive		,076
	Negative		-,129
Test Statistic			,129
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,062[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,056
		Upper Bound	,068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Tabel diatas menunjukkan bahwa pengujian normalitas melalui pendekatan *monte carlo sig. (2-tailed)* memiliki nilai signifikansi 0,062 > 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan hubungan linier antara variabel independen dalam konteks analisis regresi berganda. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa hubungan atau korelasi yang ada antara setiap variabel. Dalam penelitian ini, variabel yang diuji yaitu variabel literasi keuangan (X1),

Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi) 10, no. 1 (2024): 569–80, https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2019.

religiusitas (X2), dan gaya hidup hedonis (X3). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai toleransi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut. Hasil uji menggunakan SPSS sebagai berikut.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061		
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560	,376	2,662
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352	,369	2,713
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000	,953	1,049

a. Dependent Variable: y

Diketahui variabel literasi keuangan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.376 dan nilai VIF sebesar 2,662. Variabel religiusitas memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.369 dan nilai VIF sebesar 2,713. Variabel gaya hidup hedonis memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.953 dan nilai VIF sebesar 1,049. Berdasarkan nilai tolerance variabel X1,X2, dan X3 lebih dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah varians residual dari model regresi bersifat konstan di seluruh rentang nilai variabel independen. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak sama, yang dapat mengakibatkan estimasi parameter yang tidak efisien dan kesalahan standar yang tidak akurat. Suatu model regresi dianggap baik jika tidak terjadi

heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini,uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser dengan *software* SPSS 23. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai "absolute residual". Jika nilai signifikansi antara variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji menggunakan SPSS terdapat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,911	3,142		,290	,773		
	x1	,042	,098	,069	,426	,671	,376	2,662
	x2	,090	,099	,150	,914	,363	,369	2,713
	x3	,010	,044	,024	,235	,815	,953	1,049

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan antara variabel bebas (literasi keuangan X1, religiusitas X2, dan gaya hidup hedonis X3) dengan nilai absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan sebuah metode analisis statistik yang digunakan untuk menilai hunungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan antarvariabel ini dipresentasikan secara fungsional melalui suatu model matematis. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh variabel literasi keuangan, religiusitas, gaya hidup hedonis, dan minat mengunakan layanan *PayLater.* Koefisien hasil uji regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000

a. Dependent Variable: y

Tabel hasil pengolahan data jika dipresentasikan secara fungsional dalam persamaan:

$Y=a+b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$

$Y= 9,290 – 0,089X1 – 0,144X2 + 0,747X3 + e$

Berdasarkan persamaan model regresi di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

a. Nilai konstanta (a) adalah positif 9,290. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semua variabel bebas (literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis) bernilai 0 atau tidak ada perubahan maka minat penggunaan *Paylater* adalah 9,290. Nilai in menjadi titik awal sebelum pengaruh variabel X dimasukkan ke dalam model.
b. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan (X1) adalah -0,089. Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan peningkatan 1 satuan variabel literasi keuangan sebesar 0,089 pion, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Karena arah pengaruhnya negatif dan kecil, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, kecenderungan minat menggunakan layanan *PayLater* sedikit menurun. Hal ini dapat terjadi karena individu dengan literasi keuangan

yang tinggi cenderung lebih hati-hati dalam menggunakan layanan utang konsumtif seperti *PayLater*.

c. Nilai koefisien regresi pada variabel religiusitas (X2) sebesar -0,144 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada religiusitas akan menurunkan minat menggunakan layanan *PayLater* sebesar 0,144 poin, dengan asumsi variabel lain dalam kondisi tetap. Arah koefisien yang negatif ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka kecenderungan untuk menggunakan layanan *PayLater* cenderung menurun. Hal ini dapat dimaklumi karena seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi biasanya lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan keuangan, serta mempertimbangkan aspek nilai-nilai agama, termasuk dalam menghindari praktik utang konsumtif yang mengandung risiko.
d. Nilai koefisien regresi pada variabel gaya hidup hedonis (X3) sebesar 0,747 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada gaya hidup hedonis akan meningkatkan minat menggunakan layanan *PayLater* sebesar 0,747 poin, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Arah koefisien yang positif dan nilainya yang cukup besar menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis yang dimiliki seseorang, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, konsumsi, dan kepuasan instan cenderung lebih tertarik untuk memanfaatkan layanan keuangan seperti *PayLater* yang memungkinkan mereka membeli barang sekarang dan membayarnya nanti.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t (Parsial)

Uji t memiliki tujuan dalam meninjau secara parsial adakah pengaruh signifikan variabel independen pada variabel dependen atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji t yaitu taraf kepercayaan 95 persen, $\alpha = 0,05$. Berikut disajikan tabel hasil uji t:

Tabel 4. 14 Hasil Uji *t* (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000

a. Dependent Variable: y

Untuk memperoleh nilai t_{tabel} menggunakan *degree of freedom* df = n-k-1 dimana n adalah jumlah responden yaitu 100, dan k adalah jumlah variabel X, maka diperoleh df = 100-3-1 = 96, dengan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Hasil perhitungan pada variabel literasi keuangan (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,560 > 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar -0,585 < nilai t_{tabel} sebesar 1,985 maka H_1 yang menyatakan "literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*" **ditolak**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan layanan *PayLater.*
b. Hasil perhitungan pada variabel religiusitas (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,352 > 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar -0,935 < nilai t_{tabel} sebesar 1,985 maka H_2 yang menyatakan "religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*" **ditolak**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan layanan *PayLater.*
c. Hasil perhitungan pada variabel gaya hidup hedonis (X3) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 10,822 > nilai t_{tabel} sebesar 1,985 maka H_3 yang menyatakan "gaya hidup hedonis berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*" **diterima**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan layanan *PayLater.*

4.5.2 Uji F (Stimultan)

Uji F dalam penelitian memiliki tujuan agar bisa melihat sejauh mana model penelitian yang dianalisis dalam memberikan penjelasan antar hubungan variable independen dengan variable dependen. Taraf signifikansi dengan memakai (α) = 5% atau 0,05. Hasil uji F diterangkan melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4. 15 Hasil Uji F-Test

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9427,182	3	3142,394	44,409	,000[b]
	Residual	6792,928	96	70,760		
	Total	16220,11	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Untuk memperoleh nilai F_{tabel} menggunakan *degree of freedom* df = n-k dimana n adalah jumlah responden yaitu 100, dan k adalah jumlah variabel X, maka diperoleh df = 100-3= 97, dengan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70.

Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen memberi pengaruh pada variabel dependen secara bersamaan. Berdasarkan tabel tersebut, telah diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dengan nilai F_{hitung} 44,892 > F_{tabel} 2,70. Dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan, religiusitas, dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan *PayLater.* Sehingga model penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah cukup baik.

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted* R^2) berfungsi untuk menilai seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjalankan variasi yang terjadi pada data observasi. Nilai *Adjusted* R^2 mempresentasikan proporsi total variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan. Semakin besar nilai *Adjusted* R^2, maka semakin baik pula model dalam mencerminkan data yang diteliti. Apabila *Adjusted* R^2 mendekati angka 1, berarti model memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik terhadap data. Berikut merupakan hasil koefisien determinasi (*Adjusted* R^2) yang diperoleh dalam penelitian ini:

Tabel 4. 16 Hasil Uji *Adjusted* R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762[a]	,581	,568	8,41188

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil pada tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,581. Angka tersebut jika diubah dalam bentuk persen menjadi 58,1%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan (X1), religiusitas (X2), dan gaya hidup hedonis (X3) secara bersama-sama sebesar 58,1% dan selebihnya yaitu 41,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Pengaruh Literas Keuangan Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater.*

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama, menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan

layanan *PayLater*. Dibuktikan dari hasil uji *t* yang memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,560 > 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar -0,585 < t_{tabel} 1,985. Artinya, tingkat literasi keuangan tidak memiliki pengaruh statistik terhadap minat generasi muda Muslim dalam menggunakan layanan *PayLater* di Kecamatan Tembalang, sehingga H_1 dalam penelitian ini ditolak.

Koefisien regresi yang bernilai negatif -0,089 mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki seseorang, kecenderungannya untuk menggunakan layanan *PayLater* justru semakin menurun, meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan.

Berdasarkan hasil regresi, literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat generasi muda muslim dalam menggunakan layanan *PayLater*. Dalam konteks TPB, literasi keuangan mencerminkan *perceived behavioral control*, yaitu persepsi mahasiswa atas kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif. Secara teori, mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi seharusnya memiliki kontrol perilaku yang lebih baik terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan berbasis utang. Namun, hasil ini mengindikasikan bahwa *perceived behavioral control* yang tinggi belum tentu mengarah pada minat untuk menolak penggunaan *PayLater*. Hal ini mungkin disebabkan oleh pengaruh attitude positif terhadap kemudahan penggunaan *PayLater* atau lemahnya internalisasi keterampilan keuangan dalam praktik nyata.

Hasil ini juga tidak mendukung teori literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyatakan literasi keuangan mencakup kemampuan memahami dan memanfaatkan layanan keuangan secara bijaksana. Namun kenyataannya mahasiswa yang memahami risiko *PayLater* tetap berminat menggunakannya. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan saja belum cukup untuk membentuk perilaku keuangan yang bijak.

Diperkuat dengan Tabel 4.4, diketahui bahwa mayoritas responden (60%) memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, sementara sisanya (40%) berada pada kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, generasi muda

muslim di Kecamatan Tembalang yang menjadi responden dalam penelitian ini telah memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan pribadi. Sementara itu, dalam Tabel 4.7, minat terhadap penggunaan layanan *PayLater* terbagi cukup seimbang, dengan 49% responden menunjukkan minat tinggi dan 51% menunjukkan minat rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki literasi keuangan tinggi, namun tetap terdapat minat yang tinggi terhadap *PayLater* pada hampir separuh dari mereka. Artinya, meskipun pemahaman finansial cukup kuat, sebagian responden masih menunjukkan ketertarikan terhadap layanan ini, kemungkinan karena mereka merasa mampu mengelola risiko penggunaan utang jangka pendek secara terkontrol.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Martanti Cahya Ningsih, Choiroel Woestho, Dody Kurniawan yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *PayLater* di paltform shopee pada Kecamatan Tambun Selatan.[105] Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zamitah Tahiyyah Afif dan Rachma Indraini menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan shopee paylater pada mahasiswa Surabaya.[106]

4.6.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater*

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater*. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,352 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar -0,935 < t tabel 1,985. Artinya, tingkat religiusitas yang dimiliki

[105] Martanti Cahya Ningsih, Choiroel Woestho, and Dody Kurniawan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan," *Jurnal Economina* 2, no. 11 (2023): 3218–31, https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967.

[106] Zamitah Tahiyyah Afif and Rachma Indraini, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Surabaya," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7 (2024): 60–75.

responden tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan layanan *PayLater* sehingga H_2 dalam penelitian ini ditolak.

Nilai koefisien regresi sebesar -0,144 mengindikasikan arah pengaruh yang negatif, yang berarti semakin tinggi religiusitas seseorang, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk menggunakan *PayLater*.

Religiusitas dalam konteks ini dihubungkan dengan sejauh mana ajaran agama mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan seseorang. Temuan dalam penelitian ini tidak mendukung teori yang diungkapkan oleh Glock dan Stark yang mengungkapkan religiusitas mencakup keyakinan, praktik agama, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, dan dampaknya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks agama Islam, religiusitas seharusnya menjadi pedoman moral untuk menghindari transaksi ribawi dan perilaku konsumsi yang bertentangan dengan syariah.

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (53%) memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, sedangkan (47%) berada pada kategori rendah. Persentase yang hampir seimbang ini memberikan gambaran bahwa dalam populasi yang diteliti, terdapat keberagaman dalam tingkat penghayatan terhadap nilai-nilai keagamaan. Namun, bila dibandingkan dengan data minat menggunakan layanan *PayLater* pada Tabel 4.7, diketahui bahwa 49% responden tetap menunjukkan minat tinggi terhadap *PayLater*, sedangkan 51% menunjukkan minat rendah. Artinya, meskipun tingkat religiusitas relatif tinggi, tetap ada sebagian besar responden yang memiliki ketertarikan terhadap layanan keuangan berbasis utang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingginya religiusitas belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku keuangan. Religiusitas memang menjadi dasar moral dalam pengambilan keputusan menggunakan layanan keuangan. Namun hasil penelitian ini menunjukkan nilai religiusitas ini belum cukup kuat untuk mengurangi minat generasi muda muslim terhadap penggunaan *PayLater.* Ini menunjukkan perlunya pendekatan pendidikan religiusitas yang lebih aplikatif dalam konteks keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Hisyam dan Utami yang menyatakan religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater.[107]

4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater.*

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *PayLater*, sehingga H3 diterima. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan t hitung sebesar 10,822 > t tabel 1,985. Artinya, gaya hidup hedonis memberikan pengaruh nyata dalam meningkatkan minat penggunaan layanan *PayLater* oleh generasi muda Muslim di Kecamatan Tembalang.

Nilai koefisien regresi sebesar 0,747 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam gaya hidup hedonis akan meningkatkan minat menggunakan *PayLater* sebesar 0,747 poin. Ini mengindikasikan bahwa gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, konsumsi instan, dan pemenuhan keinginan tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara matang menjadi pendorong utama dalam penggunaan layanan *PayLater*.

Dalam kerangka TPB, gaya hidup hedonis memperkuat attitude yang mendukung perilaku konsumsi instan, sehingga membentuk minat yang tinggi untuk menggunakan *PayLater*. Ini selaras dengan prinsip TPB bahwa ketika attitude terhadap perilaku bersifat positif, maka kecenderungan untuk melakukannya juga akan meningkat. Temuan ini konsisten dengan teori dari Arnold dan Reynolds yang menjelaskan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis berbelanja untuk mendapatkan sensasi, kesenangan, kepuasan emosional, dan kesenangan sosial.

Fakta di lapangan ditunjukkan pada tabel 4.6 dijelaskan bahwa sebanyak 52% responden memiliki gaya hidup hedonis yang tinggi, sedangkan 48% tergolong

[107] Hisyam and Utami, "Pengaruh Kemudahan Transaksi, Perilaku Konsumtif, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Muslim Di Kecamatan Medan Baru."

rendah. Ini menunjukkan bahwa cukup banyak generasi muda muslim yang memiliki kecenderungan untuk mencari kesenangan, pemenuhan keinginan, dan kenyamanan dalam aktivitas konsumsi.

Jika dibandingkan dengan data minat pada Tabel 4.7, terlihat bahwa 49% responden memiliki minat tinggi terhadap penggunaan *PayLater*, hampir sebanding dengan persentase responden yang bergaya hidup hedonis. Temuan ini mendukung asumsi teoritis bahwa gaya hidup hedonis berpotensi menjadi pendorong utama minat terhadap *PayLater*, karena layanan ini menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi keinginan konsumtif secara instan. Dengan kata lain, semakin tinggi gaya hidup hedonis, semakin besar pula kemungkinan individu terdorong untuk menggunakan *PayLater* sebagai sarana pemenuhan kebutuhan gaya hidupnya.

Penelitian ini sejalan sengan penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Ramdani, Rendra Gumilar, dan Iis Aisyah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa klaster ekonomi Universitas Siliwangi. [108]

[108] Mochamad Ramdani, Rendra Gumilar, and Iis Aisyah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Efek Bandwagon, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Klaster Ekonomi Universitas Siliwangi Pengguna Shopee Paylater," *JSSR* 02 (2024).

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan diskusi dari penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater* (Studi Kasus Mahasiswa S1 di Kecamatan Tembalang), maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Secara parsial, variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater* oleh generasi muda Muslim di Kecamatan Tembalang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} (-0,585 < 1,985) dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (0,560 > 0,05). Artinya, tingkat literasi keuangan belum mampu memberikan pengaruh yang kuat dalam menentukan minat penggunaan *PayLater*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun seseorang memiliki pemahaman finansial yang baik, keputusan dalam menggunakan *PayLater* dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar literasi keuangan.
2. Secara parsial, variabel religiusitas (X2) juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater* oleh generasi muda Muslim. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} (-0,935 < 1,985) dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (0,352 > 0,05). Dengan demikian, tingkat religiusitas belum memberikan kontribusi nyata dalam memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan *PayLater*. Meskipun religiusitas diyakini menjadi nilai dasar dalam bertindak, namun dalam konteks konsumsi digital seperti *PayLater*, nilai religius tersebut belum secara konsisten diterapkan.
3. Secara parsial, variabel gaya hidup hedonis (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (10,822 > 1,985) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Artinya, semakin tinggi

tingkat gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan *PayLater*. Gaya hidup yang cenderung berorientasi pada kesenangan dan konsumsi instan menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku keuangan generasi muda dalam memanfaatkan kemudahan layanan keuangan digital.

5.2 Saran

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya:

1. Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel-variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan layanan *PayLater*. Contohnya seperti variabel kemudahan penggunaan, pengaruh teman sebaya, kemampuan mengelola keuangan, persepsi risiko, atau bahkan kesesuaian dengan prinsip syariah, agar cakupan analisis menjadi lebih luas dan relevan dengan dinamika perilaku konsumen digital saat ini.
2. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 23. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan alat analisis atau software yang lebih variatif dan mutakhir, seperti SmartPLS, AMOS, atau aplikasi berbasis pemodelan struktural (SEM), agar hasil penelitian memiliki pendekatan yang lebih mendalam dan presisi dalam mengukur hubungan antar variabel.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, Fajar, Ujang Sumarwan, and Idqan Fahmi. "Pengaruh Faktor Sikap, Norma Subjektif, Demografi, Sosioekonomi Serta Literasi Keuangan Syariah Dan Konvensional Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa." *Al-Muzara'ah* 5, no. 1 (2018): 1–20. https://doi.org/10.29244/jam.5.1.1-20.

Afif, Zamitah Tahiyyah, and Rachma Indraini. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Surabaya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7 (2024): 60–75.

Agnes Z. Yonatan. "Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat Dalam 5 Tahun Terakhir." GoodStats, 2024. https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL.

Alwi, Said. "Perkembangan Religiusitas Remaja." *Kaukaba Dipantara*, 2014, 4.

Anang Rohmawan, Anna Alamyah Agus, FDV Wulansari, Gacya Putra, Navira Putri Apriliani. *PENDIDIKAN LITERASI FINANSIAL*. Edited by Yansen. Jakarta: Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan (BSKAP) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2024.

Angelista, Fifie Dea, Leriza Desitama Anggraini, and Andini Utari Putri. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4, no. 3 (2024): 696–705. https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197.

Anggoro, Dandi Dwi, Prawira Wiguna, Jajang Abipasta, Eka Puspita Nurjanah, and R.R Wening Ken Widodasih. "Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee Di Jakarta Timur)." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 10, no. 1 (2024): 569–80. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2019.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani, 2001.

Arifin, Johan, Ferry Khusnul Mubarok, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi. "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat." *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23. https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444.

Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek," 2010.

Arwani, Agus. *Grand Theory: Esensi Ilmu Sosial Dan Ekonomi*. *Eureka Media Aksara*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024.

Asniyati, and Rizal Yaya. "Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental

Accounting, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah." *RABIN: Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 4, no. 2 (2020): 1–14. https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/10706.

Azka, Muhammad Irfan, and Rahayu Tri Astuti. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Harga, Dan Penggunanan Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Coffee Shop Embun Senja." *Diponegoro Journal of Management* 12, no. 4 (2023): 1–11. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr.

Bahari, Fauzi Rizky, and Sutono Sutono. "Analisis Faktor-Faktor Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Gaya Hidup Berdasarkan Perspektif Syariah." *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* 1, no. 3 (2023): 105–13. https://doi.org/10.57096/hawalah.v2i1.15.

Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Ina-Rxiv, 2016. https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/aucjd.

Bila, Siti Marisa, and Novi Marlena. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopeepay Later." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, no. 2 (2024): 215–22.

Choerudin, Achmad, Zulfachry, Rahmatya Widyaswati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, Budi Harto, Nita Fauziah Oktaviani, et al. *LITERASI KEUANGAN*. Edited by M.E Diana Purnama Sari, S.E. *PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022*. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022, 2023.

Deski, Ahmad. "Maqasid Syari'Ah Menurut Abdul Wahab Khalaf." *Jurnal Ilmiah Al-Furqan: Al-Qur'an Bahasa Dan Seni* 9, no. 1 (2022): 203–13. https://doi.org/10.69880/alfurqan.v9i1.59.

Dewi Gunawati, Alfian Haryudana. "Komunikasi, Informasi, Dan Edukasi Pola Hidup Sehat Dan Berkelanjutan Saat Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tembalang, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang" 25, no. 1 (2024): 89–97.

Dewi, Sri Kartika, and Azhari Akmal Tarigan. "Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).* 9, no. 3 (2022): 1544–60. https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486.

"Edukasi Keuangan." ojk.go.id, 2022. https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx.

Eka, Syahrir, Djoko Hendratto, and Lokot Zein Nasution. *Inklusi Keuangan Untuk*

Kemakmuran Bangsa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022.

Fadil, Iqbal. "Tren Paylater Meningkat, Saat Masyarakat Indonesia Ketagihan Berutang." merdeka.com, 2023. https://www.merdeka.com/khas/tren-paylater-meningkat-saat-masyarakat-indonesia-ketagihan-berutang-45317-mvk.html?page=2.

Fauziyah, Lutfiyani, and Dewi Rahmi. "Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Penggunaan Layanan Paylater Dan Dampaknya Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z Kota Bandung Dengan Pendekatan TAM," n.d., 815–23.

Faza, R A, and I S Melati. "Pemahaman Atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Gen Z Kota Semarang." *Mbia* 24, no. 1 (2025). https://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/mbia/article/view/3536%0Ahttps://jit.binadarma.ac.id/journal/index.php/mbia/article/download/3536/1549.

Fitriyah, Clarisa Khotimatul, and Rizky Nur Ayuningtyas Putri. "Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 4 (2024): 7104–17. https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9346.

Fitriyah, Nur Windiana, and Reny Nadlifatin. "Behavioral Factors of Intention to Use Pay Later Services. a Systematic Literature Review." *E3S Web of Conferences* 501, no. 2024 (2024). https://doi.org/10.1051/e3sconf/202450102010.

Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS (Edisi 7)." *Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro* 160 (2013).

Giraldo, Carlos, Iader Giraldo-Salazar, Nathalie Peña-García, and Mauricio Losada-Otálora. "The Adoption of Fast Payment Systems (FPS) in Latin America: The Role of Financial Literacy and Cash-Related Beliefs." *International Journal of Bank Marketing*, 2024. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2024-0224.

Haiqal, Muhammad Rifqy, Wisang Candra Bintari, and Nurul Hidayah. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Paylater (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sorong)." *Analisis* 14, no. 2 (2024): 413–27. https://doi.org/10.37478/als.v14i2.4548.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. Vol. 5, 2020.

Hayati, Hafizni Nur, Mareta Dwi Hidayati, and Nadhirotul Aini. "Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Hedonis Relasinya Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan E-Commerce" 3, no. September (2024): 125–46.

Hegi Carnado, Mastra, and Dini Rahmayanti. “Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater.” *Journal of Islamic Enterpreneurship and Management* 3, no. 2 (2023): 114–26. https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.114-126.

Hisyam, Muhammad, and Putri Hadi Utami. “Pengaruh Kemudahan Transaksi, Perilaku Konsumtif, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Muslim Di Kecamatan Medan Baru.” *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal* 5 (2024): 126–39.

Indrawan, Asep, and Yaniawati. *Metodologi Penelitian: Kuantitatif Dan Kualitatif. Pustaka Cendekia*, 2017.

Indriantoro, Nur, and Drs. Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis-Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Edited by Maya. 1st ed. Penerbit CV. ANDI OFFSET, 2018.

Kementrian Keuangan Republik Indonesia. Ratusan Gen Z Antusias Tingkatkan Literasi Keuangan. Indonesia, issued 2024. https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2024/09/30/4517-ratusan-gen-z-antusias-tingkatkan-literasi-keuangan.

Keuangan, Ototitas Jasa, and Badan Pusat Statistik. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024, ojk.go.id § (2024).

Kusumaningsih, Oktavia, and Mujiyati Mujiyati. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 2 (2024): 4116–27. https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9105.

Lestari, Asri, Weny Rivanka, and Dini Lestari. “Gaya Hidup Hedonis Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi Administrasi Bisnis Universita Sumatera Utara.” *Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi* 4, no. 1 (2023): 12–18.

Maharani, Nur Izzati, Arsa, and Firman Syah Noor. “Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Minat Penggunaan Shopee Paylater Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam STS Jambi.” *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023): 130–43. https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120.

Mawadah, Sokhikhatul, and Fernaldi Anggadha Ratno. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 141–53. http://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/1187/pdf.

“Memahami Skala Likert Dalam Penelitian Ilmiah.” Binus University, 2021.

https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/.

Mentari Puspandini. “Ini Dia Warga RI Yang Paling Doyan Belanja Pakai Paylater.” CNBC Indonesia, 2024. https://www.cnbcindonesia.com/market/20240903161928-17-568812/ini-dia-warga-ri-yang-paling-doyan-belanja-pakai-paylater#:~:text=Seingin dengan tumpukan paylater di,Sulawesi Selatan: Rp550 miliar.

MUI-Jatim. “Fatwa Majelis Ulama Indonesia Jawa Timur Nomor 04 Tahun 2022 Tentang Transaksi Digital Dengan Sistem Paylater,” no. 5 (2022): 1–14. https://muijatim.or.id/wp-content/uploads/2022/09/Fatwa-No.4-Tahun-2022-tentang-transaksi-digital-menggunakan-Paylater.pdf.

Munawarsyah. “Transaksi PayLater Pada Aplikasi Shopee Memenuhi Prinsip-Prinsip Syariah . Yang Dikenakan Jika Pembayaran Terlambat , Ketidakpastian Dalam Syarat Dan Pada Keadilan , Transparansi , Dan Larangan Terhadap Praktik Riba , Gharar , Dan Ekonomi Syariah Akan Dig” 02, no. 02 (2024): 89–102.

Nasution, Nur Habibah, and Munir Misbahul. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.” *Al-Buhuts* 19, no. 1 (2023): 1–16.

Ningsih, Martanti Cahya, Choiroel Woestho, and Dody Kurniawan. “Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan.” *Jurnal Economina* 2, no. 11 (2023): 3218–31. https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967.

Online, NU. “Surah Al-Isra’ Ayat 26: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap,” 2025. https://quran.nu.or.id/al-isra/26.

Pambudi, Rakhmat Dwi. “Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo.” *Harmony* 4, no. 2 (2019): 74–81. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100.

Pebriana, Dandi, Linda Mora, and Devi Marganing Tyas. “Tren Konsumtif Di Kalangan Pekerja : Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Fear of Missing Out Di Kabupaten Karawang” 2, no. 03 (2024): 154–62.

Pera Dwiwansi, Endah Dewi Purnamasari, and Shafiera Lazuarni. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce.” *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 10, no. 2 (2023): 48–58. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.781.

Prajogo, Uke, Dea Amanda Chairil Putri, and Lidia Andiani. “The Influence Of Financial Literacy , Lifestle And Hedonism On The Use Of Shopee Paylater Amongst” 5, no. 2 (2024): 68–81.

Pramudya, Rama Muhamad, and Mira Rahmi. “Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3, no. 1 (2022): 70. https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350.

Prasetya, Audrey Nathania Early. “Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat.” *Jurnal Revenue* 3, no. 2 (2023): 593–601.

Prastiwi, Iin Emy, and Tira Nur Fitria. “Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 731. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486.

Pratama, Ikhtyar, Jumawan Jasman, and Saharuddin Saharuddin. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Orang Tua, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (2022): 819–25. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1837.

Prayidyaningrum, Shabrina, and Moh Djemdjem Djamaludin. “Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use the Electronic Money.” *Journal of Consumer Sciences* 1, no. 2 (2016): 1. https://doi.org/10.29244/jcs.1.2.1-12.

Prayusi, Adinda Dwi, and Lini Ingriyani. “Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Persepsi Risiko , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta).” *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* 3 (2023).

Putra, Tri Arya, and Sunarmi. “Pengaruh Fitur Paylater Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi” 5, no. 3 (2024): 331–39. https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5628.

Putri, Andi Pratiwi Yasni, Ahmadi Miru, and Maskun. “PraPraktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) Oleh Pihak Ketiga Melalui Aplikasi Belanja Online.” *Amanna Gappa* 28, no. 2 (2020): 64–76.

Putri, Sukhesy Eka, Heni Safitri, and Dedi Hariyanto. “Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 64-72 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Technology Acceptance Model Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Mahasiswa The Ef.” *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* 19, no. 1 (2023): 64–72.

Rachmah, Dian, and Muhammad Aufa. “Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat, Dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat

Menggunakan Paylater." *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 4 (2023): 283–301. https://doi.org/10.61132/rimba.v1i4.314.

Rahmawati, Gina, and Elly Mirati. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Millenial." *Prosiding SNAM PNJ*, 2022, 1–10.

Ramdani, Mochamad, Rendra Gumilar, and Iis Aisyah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Efek Bandwagon, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Klaster Ekonomi Universitas Siliwangi Pengguna Shopee Paylater." *JSSR* 02 (2024).

Riella Khairi Micha M. Ridwan, Atika. "Pengaruh Theory Of Planned Behavior Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Impor Berlabel Halal." *Jurnal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 2, no. November (2022): 11–20. http://dx.doi.org/10.51178/jpspr.v2i4.946.

Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. 6th ed. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2016.

Sari, Rahmatika. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44.

Selviatun, Huliya, and Resti Kartika Dewi. "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Petani Terhadap Minat Membayar Zakat Pertanian Padi Di Dusun Lelong Desa Lelong Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah." *KASTA: Jurnal Ilmu Sosial, Agama, Dan Terapan* 3, no. 3 (2023): 200. https://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kasta/article/view/813.

Setiawan, Dwi Endah Kusrini. *Ekonometrika*. Edited by Nikodemus WK. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2010.

Setyawan, Hendri, and Chrisna Suhendi. "Digital Literacy and Digital Financial Literacy Enhancement Program for Karang Taruna Members Program Peningkatan Literasi Digital Dan Literasi Keuangan Digital Bagi Anggota Karang Taruna" 9, no. 3 (2025): 802–10.

Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 2021.

Soesana, Abigail, Hani Subakti, Salamun Salamun, Isnada Waris Tasrim, Karwanto Karwanto, Ilham Falani, Danny Philipe Bukidz, and Arsen Nahum Pasaribu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

Soetiono, Kusumaningtuti S., and Cecep Setiawan. *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*. 1st ed. Depok: Rajawali Pres, 2018.

Soraya, Elly, and Anis Lutfiati. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan." *Kinerja* 2, no. 02 (2020): 111–34.

Subitmele, Silvia Estefina. "Utang Warga RI Di Paylater Capai Triliunan Rupiah, Banyak Generasi Muda Terjebak." *Liputan 6*. Indonesia, 2024. https://www.liputan6.com/hot/read/5741135/utang-warga-ri-di-paylater-capai-triliunan-rupiah-banyak-generasi-muda-terjebak?utm_source=chatgpt.com&page=2.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian & Pengembangan Resreach and Development*. Edited by Sofia Yustiyani Suryandari. Bandung: Alfabeta, 2019.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2022.

Suhendar. "Religiusitas Dan Kesejahteraan Pada Masyarakat Miskin." *Jom Fisip* 1, no. 2 (2014): 1–15.

Suherman, Andini Cahyaning, and N Ari Subagio. "The Influence Of Sharia Financial Literacy And Perceived Usefulness On The Decision Of The Muslim" 9, no. 1 (2024): 48–63.

Supardi. *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, Dan Penarikan Kesimpulan*. 1st ed. Depok: Rajawali Pres, 2017.

"Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 208-209: Perintah Melaksanakan Ajaran Islam Secara Keseluruhan." NU Online, 2023.

Thirah, Andi, Koesitiany Mallarangan, and Rizky Dermawan. "Faktor Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Spaylater Di Surabaya" 5, no. 10 (2024): 3959–69.

Untari, Pernita Hestin. "Wow! 14,37 Juta Orang Indonesia Pakai Paylater Hingga Juni 2024." Bisnis.com, 2024. https://finansial.bisnis.com/read/20240825/563/1793817/wow-1437-juta-orang-indonesia-pakai-paylater-hingga-juni-2024#:~:text=Bisnis.com%2C Jakarta — PT,sebesar 14%2C37 juta pengguna.

Usman, Berto, Heris Rianto, and Somnuk Aujirapongpan. "Digital Payment Adoption: A Revisit on the Theory of Planned Behavior among the Young Generation." *International Journal of Information Management Data Insights* 5, no. 1 (2025): 100319. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2025.100319.

Vivian, Sarah. "Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Produk Starbuck." *Jurnal Transaksi* 12,

no. 1 (2020): 51–66.

Wahyu, Bambang. “Filsafat Ekonomi Islam: Rasionalitas Dan Religiusitas Ekonomi.” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* 1, no. 1 (2010): 53–60. http://www.peacon.net/PAEReview/issue20/Wilber20.htm.

Yaldi, Effiyaldi, Johni Paul Karolus Pasaribu, Eddy Suratno, Melani Kadar, Gunardi Gunardi, Ronald Naibaho, Selfi Kumara Hati, and Vira Aryati Aryati. “Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2 (2022): 94–102. https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89.

Yusnita, Rita Tri, and Gian Riksa Wibawa. “Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Paylater” 2, no. 6 (2024): 26–40.

Zaimovic, Azra, Anes Torlakovic, Almira Arnaut-Berilo, Tarik Zaimovic, Lejla Dedovic, and Minela Nuhic Meskovic. “Mapping Financial Literacy: A Systematic Literature Review of Determinants and Recent Trends.” *Sustainability (Switzerland)* 15, no. 12 (2023). https://doi.org/10.3390/su15129358.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER/ANGKET PENELITIAN
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP MINAT GENERASI MUDA MUSLIM MENGGUNAKAN LAYANAN *PAYLATER*
(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)

Assalamualikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan, saya Fatasya Uzmatul Hasanah, mahahsiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul **"Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater* (Sudi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)"**, yang menjadi data utama dalam penulisan skripsi saya.

Saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi pertanyaan yang tertera apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif program S1 yang berada di wilayah kecamatan Tembalang.
2. Mahasiswa yang beragama Islam, untuk memastikan relevansi dengan aspek religiusitas dalam penelitian.
3. Berusia antara 18-25 tahun.
4. Memiliki pengetahuan tentang layanan *PayLater* atau pernah menggunakan layanan *PayLater*.

Semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas segala bantuan dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

TTD Responden

(……...)

Petunjuk Pengisian

Pertanyaan-pertanyaan dibawah ini merupakan item-item terkait faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi minat menggunakan layanan keuangan seperti *PayLater*. Untuk itu mohon Saudara/i memberikan tanda (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan. Keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut

No.	**Jenis Jawaban**	**Skor**
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Mahasiswa yang berdomisili atau berkuliah di Kecamatan Tembalang
   a. Ya
   b. Tidak
5. Asal Universitas:
   a. Universitas Diponegoro
   b. Universitas Pandanaran
6. Apakah anda sedang atau pernah menggunakan layanan *PayLater*?
   a. Ya

b. Tidak

7. Apakah anda beragama Islam?
   a. Ya
   b. Tidak
8. No e-wallet untuk kebutuhan rewards

   ……

B. Kolom Pertanyaan dan Jawaban

Berikan tanda (√) pada pernyataan yang anda pilih!

X1-Literasi Keuangan

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Pengetahuan Keuangan						
1	Saya bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran.	☐	☐	☐	☐	☐
2	Saya mengetahui risiko penggunaan layanan pinjaman seperti paylater.	☐	☐	☐	☐	☐
Keterampilan Keuangan						
3	Saya mampu membuat anggaran keuangan pribadi dan mengaturnya dengan baik.	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya dapat memperkirakan kemampuan membayar kembali saat menggunakan paylater.	☐	☐	☐	☐	☐
Keyakinan Keuangan						
5	Saya yakin mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik.	☐	☐	☐	☐	☐
6	Saya percaya diri mengambil keputusan terkait penggunaan layanan keuangan.	☐	☐	☐	☐	☐

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Sikap Keuangan						
7	Saya lebih memilih menabung daripada berutang untuk membeli barang.	☐	☐	☐	☐	☐
8	Saya merasa penting untuk memiliki kontrol terhadap pengeluaran.	☐	☐	☐	☐	☐
Perilaku Keuangan						
9	Saya mencatat pemasukan dan pengeluaran setiap bulan.	☐	☐	☐	☐	☐
10	Saya menghindari penggunaan layanan keuangan seperti PayLater jika tidak mampu membayar tepat waktu.	☐	☐	☐	☐	☐

X2 - Religiusitas

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Ideologis						
11	Saya percaya bahwa ajaran agama Islam mengatur cara mengelola keuangan.	☐	☐	☐	☐	☐
12	Saya meyakini bahwa penggunaan paylater perlu ditinjau dari hukum Islam.	☐	☐	☐	☐	☐
Ritualistik						
13	Saya mempertimbangkan untuk menggunakan layanan keuangan (termasuk paylater) yang tidak mengganggu kewajiban ibadah saya.	☐	☐	☐	☐	☐

14	Saya menolak menggunakan layanan keuangan seperti paylater jika dirasa bertentangan dengan nilai ibadah saya.	☐	☐	☐	☐	☐
Pengalaman						
15	Saya merasakan ketenangan hati saat menghindari perilaku konsumtif berlebihan.	☐	☐	☐	☐	☐
16	Saya merasa bersalah jika menggunakan uang tidak sesuai ajaran agama.	☐	☐	☐	☐	☐
Intelektual						
17	Saya memahami prinsip keuangan dalam Islam seperti riba, gharar, dan maisir.	☐	☐	☐	☐	☐
18	Saya memahami konsep halal dan haram dalam transaksi keuangan.	☐	☐	☐	☐	☐
Konsekuensional						
19	Saya berusaha menerapkan nilai-nilai agama dalam pengambilan keputusan keuangan.	☐	☐	☐	☐	☐
20	Saya menjauhi gaya hidup boros karena pertimbangan agama.	☐	☐	☐	☐	☐

X3 - Gaya Hidup Hedonis

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Adventure Shopping						
21	Saya merasa senang mencoba berbagai pengalaman belanja yang baru.	☐	☐	☐	☐	☐

22	Saya suka menjelajahi berbagai platform e-commerce hanya untuk bersenang-senang.	☐	☐	☐	☐	☐
Social Shopping						
23	Saya sering belanja untuk mengikuti tren di kalangan teman sebaya.	☐	☐	☐	☐	☐
24	Saya menikmati belanja bersama teman-teman sebagai aktivitas sosial.	☐	☐	☐	☐	☐
Gratification Shopping						
25	Saya belanja untuk menghilangkan stres atau tekanan hidup.	☐	☐	☐	☐	☐
26	Saya merasa menggunakan *PayLater* sebagai bentuk apresiasi diri meski kadang berujung menyesal.	☐	☐	☐	☐	☐
Idea Shopping						
27	Saya suka mencari inspirasi atau ide fashion/gaya dari aktivitas belanja.	☐	☐	☐	☐	☐
28	Saya sering tidak memiliki niat berbelanja, tapi setelah melihat suatu barang promo, saya menjadi tertarik untuk belanja.	☐	☐	☐	☐	☐
Role Shopping						
29	Saya ingin dianggap modern dari gaya belanja dan barang yang saya miliki.	☐	☐	☐	☐	☐
30	Saya merasa citra diri saya meningkat saat memiliki barang branded.	☐	☐	☐	☐	☐
Value Shopping						

31	Saya merasa puas saat mendapatkan diskon besar saat berbelanja.	☐	☐	☐	☐	☐
32	Saya sering memanfaatkan paylater saat ada promo khusus agar merasa lebih untung saat belanja.	☐	☐	☐	☐	☐

Y - Minat Menggunakan Paylater

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Eksploratif						
33	Saya tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang layanan paylater.	☐	☐	☐	☐	☐
34	Saya membaca review atau pengalaman orang lain sebelum mencoba paylater.	☐	☐	☐	☐	☐
Preferensial						
35	Saya merasa paylater adalah solusi yang cocok untuk kebutuhan saya.	☐	☐	☐	☐	☐
36	Saya percaya bahwa paylater bisa membantu dalam pengaturan pengeluaran.	☐	☐	☐	☐	☐
Transaksional						
37	Saya berniat menggunakan layanan paylater dalam waktu dekat.	☐	☐	☐	☐	☐
38	Saya pernah menggunakan paylater dan berencana untuk mengulanginya.	☐	☐	☐	☐	☐
Komitmen Berkelanjutan						
39	Saya akan terus menggunakan paylater jika pelayanannya memuaskan.	☐	☐	☐	☐	☐
40	Saya bersedia menggunakan paylater untuk berbagai keperluan ke depan.	☐	☐	☐	☐	☐

Referensial						
41	Saya berbagi pengalaman positif menggunakan paylater dengan teman.	☐	☐	☐	☐	☐
42	Saya merasa layanan paylater layak untuk dipromosikan ke sesama mahasiswa.	☐	☐	☐	☐	☐

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 2088/Un.10.5/D1/TA.0.01/06/2025 Semarang, 16/06/2025
Hal : Permohonan Izin Riset
Lamp. : ---

Yth.
Camat Tembalang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin kepada :

Nama	:	FATASYA UZMATUL HASANAH
NIM	:	2105026144
Semester	:	VIII
Prodi	:	S.1 Ekonomi Islam
Alamat Peneliti	:	Jl. Tegal Rejo Barat RT. 09/RW. 12, Purwoyoso, Ngaliyan, Kota Semarang
Tujuan Penelitian	:	Mencari data dan informasi
Judul Skripsi	:	PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP MINAT GENERASI MUDA MUSLIM MENGGUNAKAN LAYANAN PAYLATER (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)
Tanggal Pelaksanaan	:	16/06/2025 s.d. 21/06/2025
Lokasi Penelitian	:	Kecamatan Tembalang

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

an. Dekan,
Wakil Dekan I, Bidang Akademik
Dan Kelembagaan

MUCHAMAD FAUZI

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	4	1	1	1	1	2	2	1	3	5	1	27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
3	3	3	3	3	3	3	3	1	5	30	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	26	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	5	4	2	3	3	2	4	4	2	3	5	2	39	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	28
5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	41	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	36	5	5	3	4	5	3	4	5	3	3	5	3	48	3	5	2	3	3	3	3	3	3	4	32
4	5	4	4	4	4	5	5	2	5	42	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	4	4	26	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	43
1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	16	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	17	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	14
4	5	4	4	5	2	5	4	3	5	41	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	46	4	4	3	5	4	3	5	5	5	3	5	3	49	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	15
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	44	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	53	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	39
5	5	3	3	2	2	5	3	1	5	34	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	19	1	5	2	2	1	1	1	1	1	1	16
5	5	2	2	3	4	2	5	2	5	35	2	1	4	1	4	5	1	2	5	4	29	2	3	1	3	3	5	4	4	4	5	1	1	36	4	2	4	5	4	5	4	5	2	2	37
1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	15	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	13	1	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	2	20	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	14
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	3	3	3	3	2	1	3	3	1	2	4	2	30	2	5	4	4	4	4	1	3	3	2	32
4	3	4	4	5	3	4	4	2	3	36	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4	39	3	2	2	3	3	4	3	4	2	3	4	3	36	2	3	1	1	2	2	3	2	2	3	21
5	5	4	4	5	1	5	5	5	5	44	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	45	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	5	1	30	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	5	3	3	3	1	4	4	2	5	34	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	34	2	4	1	1	1	1	4	3	1	2	3	1	24	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	13
4	5	3	4	3	3	4	5	5	5	41	4	4	4	3	5	4	4	2	2	5	37	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	52	5	5	2	3	5	5	4	5	4	2	40
4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	44	5	3	4	4	5	5	5	4	3	5	43	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45
5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	47	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	44	5	5	3	5	4	5	5	2	5	5	5	5	54	5	5	3	4	5	3	5	5	3	5	43
3	5	2	4	2	5	3	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	43	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	54	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	4	2	4	4	5	3	42	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	53	3	5	5	5	5	4	5	3	3	5	43
5	5	4	1	5	1	5	5	5	5	41	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48	2	1	1	1	1	1	3	3	1	1	2	1	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	1	1	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	34	4	4	4	4	5	2	4	4	3	3	5	5	47	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	34
4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	44	5	3	3	4	5	4	5	4	4	5	42	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	3	5	52	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	46	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	55	3	5	5	5	4	3	5	3	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	45	3	2	1	1	1	1	5	5	1	3	5	5	33	2	1	1	1	1	5	3	3	2	1	20
5	4	4	5	3	4	5	5	3	4	42	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47	4	4	1	2	3	4	3	4	2	2	4	1	34	1	4	1	2	1	1	1	2	1	1	15
5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	45	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	45	4	3	2	3	5	2	5	5	3	1	5	4	42	3	5	3	4	3	3	3	3	2	1	30
4	5	5	3	4	5	4	4	3	4	41	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	40	4	5	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	46	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	38
4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	40	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	40	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	46	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	40
4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	40	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	40	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	49	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	42
4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	39	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	40	4	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	47	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	39
4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	40	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	40	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	47	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	40
5	4	3	5	4	4	5	4	3	4	41	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	41	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	48	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	40
4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	40	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	43	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	49	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	40
4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	38	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	40	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	48	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	41
4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	39	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	40	5	3	5	4	4	5	3	5	4	3	5	5	51	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	15
4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	40	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	40	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	48	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	18
4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	44	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	43	4	5	4	3	5	4	3	3	4	3	4	4	46	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	17
4	4	5	4	4	5	2	4	5	4	41	5	4	4	2	3	4	4	4	2	2	34	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	52	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
3	4	5	4	4	4	2	4	2	2	34	4	4	5	1	4	3	3	3	3	3	33	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	53	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	26	4	4	4	3	2	2	2	2	4	4	31	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	49	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	20	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	34	4	4	5	4	4	4	5	4	2	3	5	4	48	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
2	1	2	2	2	2	1	4	2	1	19	4	4	5	4	4	5	2	3	3	3	37	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	53	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
2	1	2	4	2	2	1	2	2	2	20	3	3	3	3	4	5	2	2	3	3	31	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	53	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	23	4	5	4	4	3	3	2	2	4	4	35	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	54	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
2	1	2	3	3	2	3	3	3	2	24	4	5	4	4	3	3	2	2	3	3	33	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	53	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
4	5	4	5	5	4	2	4	5	2	40	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	44	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	53	2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	44
4	4	5	4	5	4	5	4	2	2	39	5	4	4	2	5	2	4	5	4	2	37	4	5	5	5	4	4	5	5	2	2	4	4	49	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	4	4	5	4	5	2	2	40	5	4	5	1	4	2	2	5	4	2	34	5	4	4	5	4	4	5	5	2	2	5	4	49	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
4	4	5	5	4	3	4	5	2	1	37	5	4	5	1	4	2	2	4	5	2	34	5	4	4	5	5	4	4	5	2	2	4	5	49	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	4	5	4	5	4	2	2	39	5	4	5	2	3	1	2	4	5	2	33	4	4	5	4	5	5	4	4	2	1	4	4	46	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
4	4	5	4	5	4	5	4	2	1	38	5	4	4	2	4	2	1	4	5	2	33	5	4	5	4	5	4	4	5	1	2	4	4	47	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
4	4	5	5	4	5	4	5	2	2	40	5	4	5	2	4	1	2	4	5	1	33	5	4	5	5	4	5	4	4	4	2	2	5	49	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
4	4	5	4	5	4	5	4	2	2	39	5	4	5	2	4	2	2	5	4	2	35	5	4	5	4	4	4	5	5	2	2	4	4	48	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
4	4	5	4	5	4	5	4	2	2	39	5	4	5	2	5	2	2	4	5	2	36	5	4	5	4	5	5	4	4	1	1	4	4	46	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
5	4	4	5	5	4	4	5	2	2	40	5	4	4	5	4	2	2	4	5	1	36	5	4	4	5	4	5	4	4	2	2	4	4	47	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
2	2	1	1	1	2	1	2	4	4	20	2	1	2	4	2	5	4	1	2	4	27	2	1	2	2	1	2	2	1	5	4	2	2	26	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	15
2	1	2	2	1	2	1	2	5	4	22	1	2	2	4	2	5	4	2	1	4	27	2	2	1	2	2	1	2	1	4	4	1	2	24	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	15
5	5	3	5	4	3	5	5	3	5	43	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	42	4	5	3	2	4	2	4	1	1	3	5	2	36	1	4	1	1	1	1	3	1	2	2	17
2	2	1	2	1	2	1	2	4	4	21	1	2	2	4	2	4	5	2	1	4	27	2	2	1	2	1	1	2	2	3	4	2	2	24	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	16
2	1	2	2	1	2	1	2	4	4	21	2	1	2	4	2	4	5	2	1	4	27	1	2	2	1	2	2	1	1	4	4	4	2	26	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	15
4	3	3	1	2	2	2	3	2	3	25	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	27	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	54	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	24	4	5	3	3	3	2	1	2	3	3	29	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	53	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	43	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	19	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	16
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	45	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	18	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	15
4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	20	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15
4	5	2	1	3	2	1	2	4	3	27	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	16	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	55	4	2	4	4	4	5	2	5	5	4	39
1	2	3	2	1	3	2	1	1	2	18	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	14	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	52	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	43
5	2	2	1	3	2	1	2	2	2	22	1	2	2	1	2	2	2	1	3	2	18	4	5	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4	48	5	4	4	5	4	5	3	2	4	5	41
2	1	1	1	4	4	2	1	4	1	21	2	1	2	1	1	1	4	4	1	2	19	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	53	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	43
5	4	2	2	1	3	2	1	4	5	29	2	5	4	2	2	2	4	5	4	4	34	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	53	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	44
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45	5	4	2	4	4	5	4	5	4	4	41	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	22	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	19
5	4	5	4	4	5	2	1	5	4	39	2	2	4	2	3	2	1	2	2	2	22	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	52	5	5	4	4	5	4	5	2	4	5	43
4	4	2	4	5	5	2	1	3	1	31	2	1	3	3	2	2	1	2	1	2	19	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	55	2	4	5	4	4	5	4	2	4	5	39
4	5	2	3	4	5	2	2	1	2	30	4	5	4	2	2	3	5	4	2	2	33	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	53	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	43
1	2	2	4	4	5	2	2	5	2	29	1	1	2	2	1	2	1	2	3	1	16	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	54	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	41
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	43	2	1	1	3	2	3	1	2	1	1	2	1	20	2	1	3	2	1	3	2	1	1	2	18
5	5	2	2	3	1	2	2	1	2	25	3	4	2	4	5	2	1	3	2	1	27	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	53	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	44
5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	44	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45	2	1	2	1	2	3	2	5	2	1	1	1	23	1	2	2	2	1	1	2	4	2	1	18
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	42	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45	3	3	3	4	5	2	4	3	3	3	4	2	39	2	4	1	1	1	1	1	1	1	2	15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	3	5	4	4	5	5	3	5	43	4	5	5	5	5	4	3	2	3	3	39	4	4	4	4	5	1	4	1	4	4	5	1	41	1	3	1	2	1	1	2	2	2	3	18
5	5	4	5	4	1	5	5	3	1	38	5	5	3	5	5	5	3	5	5	4	45	5	5	1	4	5	1	5	1	5	4	5	1	42	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	14
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	37	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	51	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	46	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48	3	3	1	1	3	1	1	5	1	1	5	1	26	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	16
4	4	3	4	4	4	5	5	2	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	41	4	4	2	2	3	2	3	2	2	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	52	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	45	4	4	4	2	4	2	1	5	3	3	32	4	4	2	2	2	5	4	1	1	5	5	5	40	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	15
3	5	5	3	5	3	4	4	4	4	40	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
3	5	5	5	5	2	4	5	3	5	42	5	5	5	3	5	3	2	3	5	3	39	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	54	5	5	3	3	2	3	3	2	3	3	32
5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	3	2	3	4	5	3	4	3	4	5	5	3	44	3	5	2	2	3	1	3	3	2	3	27
4	5	3	4	4	4	3	4	2	3	36	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	28	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	23
5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	47	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	5	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	23	1	4	1	1	1	1	2	1	1	2	15
5	4	3	3	3	1	5	5	3	5	37	3	4	2	3	5	3	3	4	3	3	33	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	17	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	2	2	1	1	3	1	1	1	5	5	32	4	5	1	1	1	1	1	1	2	1	18
3	5	5	3	5	5	2	3	2	3	36	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	33	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	39	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	32
3	5	3	4	3	4	3	4	2	5	36	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	34	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	5	5	22	1	4	4	4	4	5	4	4	3	1	34
5	4	3	3	3	4	5	5	3	5	40	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44	3	2	1	2	2	1	2	2	1	1	3	3	23	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	25

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

1. Distribusi Frekuensi

Statistics

		Literasi Keuangan	Religiusitas	Gaya Hidup Hedonis	Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		36,85	37,04	41,46	31,67
Median		40,00	38,50	47,00	38,00
Std. Deviation		9,075	9,065	12,540	12,800
Minimum		14	11	17	10
Maximum		50	50	60	50

Nilai Mean, Median dalam distribusi frekuensi jawaban responden

Literasi Keuangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	60	60,0	60,0	60,0
	Rendah	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Distribusi frekuensi jawaban responden variabel X1-Literasi Keuangan

Religiusitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	47	47,0	47,0	47,0
	Tinggi	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Distribusi frekuensi jawaban responden variabel X2-Religiusitas

Gaya Hidup Hedonis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	48	48,0	48,0	48,0
	Tinggi	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Distribusi frekuensi jawaban responden variabel X3-Gaya Hidup Hedonis

Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	51	51,0	51,0	51,0
	Tinggi	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Y-Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *PayLater*

2. Uji Validitas

a. X1-Literasi Keuangan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,732**	,522**	,451**	,526**	,318**	,627**	,585**	,176	,398**	,744**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,080	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,732**	1	,554**	,530**	,588**	,377**	,627**	,644**	,172	,468**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,086	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,522**	,554**	1	,623**	,735**	,489**	,664**	,613**	,248*	,243*	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,013	,015	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,451**	,530**	,623**	1	,597**	,510**	,625**	,631**	,213*	,237*	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,033	,018	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,526**	,588**	,735**	,597**	1	,499**	,630**	,595**	,221*	,148	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,027	,142	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,318**	,377**	,489**	,510**	,499**	1	,314**	,332**	,252*	,155	,593**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000		,001	,001	,012	,124	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,627**	,627**	,664**	,625**	,630**	,314**	1	,759**	,185	,439**	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001		,000	,065	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,585**	,644**	,613**	,631**	,595**	,332**	,759**	1	,212*	,473**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,034	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,176	,172	,248*	,213*	,221*	,252*	,185	,212*	1	,476**	,446**
	Sig. (2-tailed)	,080	,086	,013	,033	,027	,012	,065	,034		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	,398**	,468**	,243*	,237*	,148	,155	,439**	,473**	,476**	1	,577**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,015	,018	,142	,124	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,744**	,798**	,795**	,755**	,772**	,593**	,827**	,822**	,446**	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b. X2-Religiusitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,742**	,691**	,424**	,692**	,258**	,288**	,666**	,714**	,329**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,009	,004	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,742**	1	,626**	,548**	,648**	,336**	,377**	,616**	,668**	,478**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,691**	,626**	1	,316**	,564**	,247*	,240*	,524**	,676**	,373**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,013	,016	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,424**	,548**	,316**	1	,530**	,621**	,542**	,383**	,433**	,675**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,692**	,648**	,564**	,530**	1	,461**	,332**	,598**	,644**	,519**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,258**	,336**	,247*	,621**	,461**	1	,589**	,272**	,264**	,738**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,009	,001	,013	,000	,000		,000	,006	,008	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,288**	,377**	,240*	,542**	,332**	,589**	1	,504**	,278**	,698**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,016	,000	,001	,000		,000	,005	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,666**	,616**	,524**	,383**	,598**	,272**	,504**	1	,632**	,470**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,006	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,714**	,668**	,676**	,433**	,644**	,264**	,278**	,632**	1	,423**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,008	,005	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,329**	,478**	,373**	,675**	,519**	,738**	,698**	,470**	,423**	1	,773**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,772**	,809**	,697**	,744**	,801**	,650**	,662**	,761**	,765**	,773**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. X3-Gaya Hidup Hedonis

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,697**	,609**	,710**	,678**	,603**	,656**	,482**	,406**	,400**	,574**	,517**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,697**	1	,548**	,624**	,613**	,494**	,644**	,426**	,430**	,416**	,544**	,474**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,609**	,548**	1	,752**	,719**	,708**	,624**	,572**	,511**	,428**	,402**	,653**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,710**	,624**	,752**	1	,805**	,738**	,705**	,616**	,620**	,550**	,455**	,605**	,890**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,678**	,613**	,719**	,805**	1	,675**	,697**	,613**	,585**	,518**	,546**	,572**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,603**	,494**	,708**	,738**	,675**	1	,588**	,626**	,517**	,541**	,290**	,657**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	,656**	,644**	,624**	,705**	,697**	,588**	1	,582**	,475**	,484**	,552**	,582**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	,482**	,426**	,572**	,616**	,613**	,626**	,582**	1	,333**	,275**	,443**	,540**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,006	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	,406**	,430**	,511**	,620**	,585**	,517**	,475**	,333**	1	,768**	,235*	,440**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001		,000	,019	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	,400**	,416**	,428**	,550**	,518**	,541**	,484**	,275**	,768**	1	,294**	,428**	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,006	,000		,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	,574**	,544**	,402**	,455**	,546**	,290**	,552**	,443**	,235*	,294**	1	,494**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,019	,003		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.12	Pearson Correlation	,517**	,474**	,653**	,605**	,572**	,657**	,582**	,540**	,440**	,428**	,494**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,788**	,743**	,822**	,890**	,873**	,814**	,820**	,708**	,695**	,669**	,621**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

d. Y-Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan *Paylater*

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,476**	,663**	,726**	,771**	,713**	,701**	,697**	,752**	,713**	,829**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,476**	1	,455**	,516**	,564**	,379**	,523**	,441**	,533**	,504**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,663**	,455**	1	,860**	,850**	,804**	,778**	,755**	,821**	,816**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,726**	,516**	,860**	1	,863**	,823**	,786**	,814**	,832**	,817**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,771**	,564**	,850**	,863**	1	,831**	,848**	,821**	,878**	,835**	,950**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,713**	,379**	,804**	,823**	,831**	1	,768**	,790**	,822**	,739**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,701**	,523**	,778**	,786**	,848**	,768**	1	,775**	,815**	,821**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,697**	,441**	,755**	,814**	,821**	,790**	,775**	1	,795**	,732**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,752**	,533**	,821**	,832**	,878**	,822**	,815**	,795**	1	,834**	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	,713**	,504**	,816**	,817**	,835**	,739**	,821**	,732**	,834**	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,829**	,609**	,899**	,925**	,950**	,885**	,898**	,877**	,929**	,899**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

3. Uji Reliabilitas

a. X1-Literasi Keuangan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	10

b. X2-Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,909	10

c. X3-Gaya Hidup Hedonis

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,909	10

d. Y-Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan Paylater

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,965	10

4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		8,283444
Most Extreme Differences	Absolute		,129
	Positive		,076
	Negative		-,129
Test Statistic			,129
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,062[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,056
		Upper Bound	,068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

5. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061		
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560	,376	2,662
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352	,369	2,713
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000	,953	1,049

a. Dependent Variable: y

6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000

a. Dependent Variable: y

7. Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000

a. Dependent Variable: y

8. Uji *t* (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,290	4,892		1,899	,061
	x1	-,089	,152	-,063	-,585	,560
	x2	-,144	,154	-,102	-,935	,352
	x3	,747	,069	,732	10,822	,000

a. Dependent Variable: y

9. Uji F (Stimultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9427,182	3	3142,394	44,409	,000[b]
	Residual	6792,928	96	70,760		
	Total	16220,11	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

10. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762[a]	,581	,568	8,41188

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

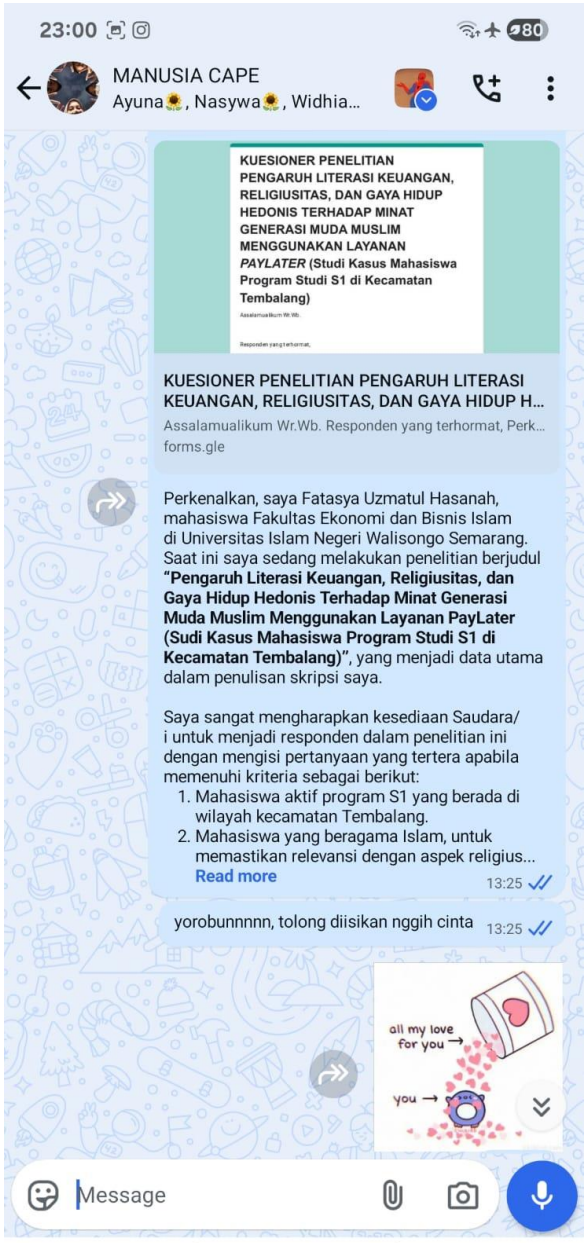
b. Dependent Variable: y

Lampiran 5 Dokumentasi Bukti Penelitian




22:59
80
Public Health'21
4 online
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP H...
Assalamualikum Wr.Wb. Responden yang terhormat, Perk...
forms.gle
Perkenalkan, saya Fatasya Uzmatul Hasanah, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater (Sudi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)", yang menjadi data utama dalam penulisan skripsi saya.
Saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi pertanyaan yang tertera apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:
1. Mahasiswa aktif program S1 yang berada di wilayah kecamatan Tembalang.
2. Mahasiswa yang beragama Islam, untuk memastikan relevansi dengan aspek religiusitas dalam penelitian.
3. Berusia antara 18-25 tahun.
4. Memiliki pengetahuan tentang layanan PayLater atau pernah menggunakan layanan PayLater.
Semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas segala bantuan dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.
Apabila Saudara/I memenuhi kriteria di atas dan bersedia menjadi responden, link Google Form dapat diakses melalui:
https://forms.gle/VUzHghoVbJB6NL9w9
https://forms.gle/VUzHghoVbJB6NL9w9
https://forms.gle/VUzHghoVbJB6NL9w9
Jika terdapat pertanyaan lebih lanjut terkait penelitian ini dapat menghubungi nomor di bawah ini:
085876090566 (Tasya)
Message


22:59
80
Farah house
Kak, +62 812-7071-9511, +62 812-818...
izin tanya pak untuk WiFi Hidayah & Hidayah 1 sepertinya lagi trouble ya pak? soalnya bar WiFinya penuh tapi tidak bisa dipakai
00:04
S
~ sayafail244 +62 856-4084-8035
Ya mb coba aku cek dulu
00:06
Forwarded
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP MINAT GENERASI MUDA MUSLIM MENGGUNAKAN LAYANAN PAYLATER (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP H...
Assalamualikum Wr.Wb. Responden yang terhormat, Perk...
forms.gle
Perkenalkan, saya Fatasya Uzmatul Hasanah, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater (Sudi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)", yang menjadi data utama dalam penulisan skripsi saya.
Saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi pertanyaan yang tertera apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:
1. Mahasiswa aktif program S1 yang berada di wilayah kecamatan Tembalang.
2. Mahasiswa yang beragama Islam, untuk memastikan relevansi dengan aspek religius...
Read more
13:27
halo teman², kalau ada yang berkenan boleh bantu isi kuesionernya ya, terima kasih
13:27
Message


23:00
MANUSIA CAPE
Ayuna🌻, Nasywa🌻, Widhia...
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP MINAT GENERASI MUDA MUSLIM MENGGUNAKAN LAYANAN PAYLATER (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS, DAN GAYA HIDUP H...
Assalamualikum Wr.Wb. Responden yang terhormat, Perk...
forms.gle
Perkenalkan, saya Fatasya Uzmatul Hasanah, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Minat Generasi Muda Muslim Menggunakan Layanan PayLater (Sudi Kasus Mahasiswa Program Studi S1 di Kecamatan Tembalang)", yang menjadi data utama dalam penulisan skripsi saya.
Saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi pertanyaan yang tertera apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:
1. Mahasiswa aktif program S1 yang berada di wilayah kecamatan Tembalang.
2. Mahasiswa yang beragama Islam, untuk memastikan relevansi dengan aspek religius...
Read more
13:25
yorobunnnnn, tolong diisikan nggih cinta 13:25
all my love for you
you
Message

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Fatasya Uzmatul Hasanah
Tempat, Tanggal Lahir	: Temanggung, 29 Juni 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Dusun Padureso RT 01/RW 01, Desa Tegalroso, Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung, Jawa tengah, 56254
No. Hp	: 085876090566
Email	: tasyauzma939@gmail.com
Riwayat Pendidikan	:

1. 2009 – 2015 : MI Negeri 2 Temanggung
2. 2015 – 2018 : MTs Negeri 1 Temanggung
3. 2018 – 2021 : MA Negeri 2 Kudus
4. 2021 – 2025 : Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo